



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**Implementación de un sistema de gestión de compras para mejorar la calidad de
servicio en la empresa KREAT S.A.C. - San Martín de Porres**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Industrial**

AUTORAS:

Figueroa Manrique, Anais del Milagro (ORCID: 0000-0002-0387-4411)

Zuñiga Quiroz, Shessira Yinelzie (ORCID: 0000-0002-5426-746X)

ASESOR:

Dr. Bravo Rojas, Leonidas Manuel (ORCID: 0000-0001-7219-4076)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A nuestros padres quienes a lo largo de toda nuestra vida nos han apoyado y motivado en nuestra formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por ser nuestro guía y acompañarnos en el transcurso de nuestra vida, brindándonos paciencia y sabiduría para culminar con éxito nuestras metas propuestas.

A nuestros padres, por ser nuestro pilar fundamental y apoyarnos incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron

A nuestro asesor, el Dr. Leonidas Manuel Bravo Rojas, a quien le debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, por compartir su conocimiento, su apoyo y compromiso durante el desarrollo de la presente tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	2
1.2 Trabajos Previos	12
1.3. Teorías Relacionadas al tema	13
1.3.1 Gestión de Compras	13
1.3.1.1 Definición.....	13
1.3.1.2 Pasos para una Gestión de Compras	14
1.3.1.3 Indicadores de Selección de Proveedores	15
1.3.1.4 Dimensiones	16
1.3.2 Calidad de Servicio	16
1.3.2.1 Definición.....	16
1.3.2.2 La calidad de servicio en la visión de la empresa	17
1.3.2.3 Los objetivos de la calidad de servicio.....	17
1.3.2.4 Modelos centrados en el servicio	17
1.3.2.5 Modelos de excelencia en la calidad	17
1.4. Formulación al Problema.....	19
1.4.1 Problema General.....	19
1.4.2 Problema Específico	19
1.5. Justificación del estudio	19
1.5.1 Justificación Económica.....	19
1.5.2 Justificación Técnica	19
1.5.3 Justificación Social	20
1.6. Hipótesis	20
1.6.1 Hipótesis General	20
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	20
1.7. Objetivo	21
1.7.1 Objetivo General	21

1.7.2 Objetivos Específicos	21
II. MÉTODO	22
2.1 Tipo y Diseño de investigación	23
2.2 Operacionalización de variables	24
2.3. Población, muestra y muestreo.....	27
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.5. Métodos de análisis de datos	29
2.6. Aspectos éticos	30
2.7. Desarrollo de la propuesta	30
2.7.1 Situación actual	30
2.7.1.1 Actividades de la Empresa.....	32
2.7.1.2 Proceso Productivo.....	33
2.7.2 Propuesta de mejora	50
2.7.2.1. Cronograma de Actividades del Proyecto	51
2.7.3 Implementación de la Propuesta	52
2.7.3.1 Implementación de la Gestión de Compras.	52
2.7.3.1.2 Paso 2: Búsqueda de proveedores	53
2.7.3.1.3 Paso 3: Evaluación de Proveedores.....	53
2.7.3.1.4 Paso 4: Selección de proveedores	54
2.7.3.1.5 Paso 5: Negociación de proveedores	55
2.7.3.1.6 Paso 6: Seguimiento y control de pedidos	57
2.7.4 Base de datos después de la implementación	59
2.7.4.1 Post Test – Gestión de Compras.....	59
2.7.4.2 Post Test – Calidad de Servicio	60
2.7.5 Análisis Beneficio – Costo	73
III. RESULTADOS.....	76
3.1 Análisis Descriptivo	77
3.1.1 Variable Independiente: Gestión de Compras	77
3.1.2 Variable Dependiente: Calidad de Servicio	79
3.2 Análisis Inferencial.....	81
3.2.1 Análisis de Hipótesis General	81
3.2.2 Análisis de Hipótesis Específica	83
IV. DISCUSIÓN	89
V. CONCLUSIONES.....	91
VI. RECOMENDACIONES.....	92
REFERENCIAS	93

ANEXOS	97
--------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama del Árbol de Problemas	5
Figura 2: Diagrama de Ishikawa.....	6
Figura 3: Diagrama de Pareto	9
Figura 4: Estratificación de Problemas.....	10
Figura 5: Matriz de Operacionalización	26
Figura 6: Organigrama de la empresa Kreat S.A.C.....	31
Figura 7: Diagrama de Flujo antes de la implementación	35
Figura 8: Respuesta de la pregunta Nª 1 – Pre Test.....	37
Figura 9: Respuesta de la pregunta Nª 2 – Pre Test.....	37
Figura 10: Respuesta de la Pregunta Nª 3 – Pre Test	38
Figura 11: Respuesta de la Pregunta Nª 4 – Pre Test	38
Figura 12: Respuesta de la Pregunta Nª 5 – Pre Test	38
Figura 13: Respuesta de la Pregunta Nª 6 – Pre Test	39
Figura 14: Respuesta de la Pregunta Nª 7 – Pre Test	39
Figura 15: Respuesta de la Pregunta Nª 8 – Pre Test	39
Figura 16: Resultados de la Pregunta Nª 9 – Pre Test	40
Figura 17: Resultados de la Pregunta Nª 10 – Pre Test	40
Figura 18: Resultados de la Pregunta Nª 11 – Pre Test	40
Figura 19: Resultados de la Pregunta Nª 12 – Pre Test	41
Figura 20: Resultados de la Pregunta Nª 13 – Pre Test	41
Figura 21: Resultados de la Pregunta Nª 14 – Pre Test	41
Figura 22: Resultados de la Pregunta Nª 15 – Pre Test	42
Figura 23: Resultados de la Pregunta Nª 16 – Pre Test	42
Figura 24: Resultados de la Pregunta Nª 17 – Pre Test	42
Figura 25: Resultados de la Pregunta Nª 18 – Pre Test	43
Figura 26: Resultados de la Pregunta Nª 19 – Pre Test	43
Figura 27: Resultados de la Pregunta Nª 20 – Pre Test	43
Figura 28: Resultados de la Pregunta Nª 21 – Pre Test	44
Figura 29: Ficha de requerimiento.....	52
Figura 30: Objetivos a lograr en el proceso de negociación de la compra.....	55
Figura 31: Acta de reunión de negociación	56
Figura 32: Proceso de compras.....	57
Figura 33: Diagrama de Flujo después de la implementación	58
Figura 34: Resultados de la Pregunta Nª 1 – Post Test	60
Figura 35: Resultados de la Pregunta Nª 2 – Post Test	60
Figura 36: Resultados de la Pregunta Nª 3 – Post Test	61
Figura 37: Resultados de la Pregunta Nª 4 – Post Test	61
Figura 38: Resultados de la Pregunta Nª 5 – Post Test	61
Figura 39: Resultados de la Pregunta Nª 6 – Post Test	62
Figura 40: Resultados de la Pregunta Nª 7 – Post Test	62
Figura 41: Resultados de la Pregunta Nª 8 – Post Test	62

Figura 42: Resultados de la Pregunta N ^a 9 – Post Test	63
Figura 43: Resultados de la Pregunta N ^a 10 – Post Test	63
Figura 44: Resultados de la Pregunta N ^a 11 – Post Test	63
Figura 45: Resultados de la Pregunta N ^a 12 – Post Test	64
Figura 46: Resultados de la Pregunta N ^a 13 – Post Test	64
Figura 47: Resultados de la Pregunta N ^a 14 – Post Test	64
Figura 48: Resultados de la Pregunta N ^a 15 – Post Test	65
Figura 49: Resultados de la Pregunta N ^a 16 – Post Test	65
Figura 50: Resultados de la Pregunta N ^a 17 – Post Test	65
Figura 51: Resultados de la Pregunta N ^a 18 – Post Test	66
Figura 52: Resultados de la Pregunta N ^a 19 – Post Test	66
Figura 53: Resultados de la Pregunta N ^a 20 – Post Test	66
Figura 54: Resultados de la Pregunta N ^a 21 – Post Test	67
Figura 55: Antes y Después de la Entrega de pedidos a tiempo.....	77
Figura 56: Antes y Después de implementación de la Gestión de Compras	78
Figura 57: Antes y Después de la mejora de la Calidad de Servicio.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Lluvia de Ideas	3
Tabla 2: Matriz de Correlación.....	7
Tabla 3: Matriz para elaborar Pareto	8
Tabla 4: Estratificación de Problemas	10
Tabla 5: Estratificación de Problemas	11
Tabla 6: Tipo de Relación con los Proveedores	15
Tabla 7: Juicio de Expertos	28
Tabla 8: Datos Actuales de entregas de pedidos a tiempo de materia prima – Pre Test	34
Tabla 9: Datos Actuales de calidad de pedidos generados de materia prima- Pre Test	34
Tabla 10: Cantidad de Servicios.....	36
Tabla 11: Índice de Evidencia Física Pre – Test	45
Tabla 12: Índice de Fiabilidad Pre – Test.....	46
Tabla 13: Índice de Capacidad de Respuesta Pre – Test	47
Tabla 14: Índice de Seguridad Pre – Test.....	48
Tabla 15: Índice de Empatía Pre – Test.....	49
Tabla 16: Equipo encargado de la Gestión.....	50
Tabla 17: Proveedores	53
Tabla 18: Evaluación de Proveedores	53
Tabla 19: Selección de Proveedores	54
Tabla 20: Ficha de recepción de mercancía.....	57
Tabla 21: Datos de entregas de pedidos a tiempo de materia prima – Post Test.....	59
Tabla 22: Datos de calidad de pedidos generados de materia prima- Post Test.....	59
Tabla 23: Índice de Evidencia Física Post – Test.....	68
Tabla 24: Índice de Fiabilidad Post – Test	69
Tabla 25: Índice de Capacidad de Respuesta Post – Test.....	70
Tabla 26: Índice de Seguridad Post – Test	71
Tabla 27: Índice de Empatía Post – Test	72
Tabla 28: Ganancias Generadas antes y después de la implementación	73
Tabla 29: Disminución de devoluciones después de la implementación	74
Tabla 30: Gastos generados por la implementación	74
Tabla 31: Proyección de 12 meses	75
Tabla 32: Indicadores de entrega de pedidos a tiempo.....	77
Tabla 33: Indicador Cantidad de Pedidos Generados.....	78
Tabla 34: Indicadores de la Calidad de Servicio	79
Tabla 35: Tabla de las mejoras por cada indicador.....	80
Tabla 36: Tabla de la mejora de la calidad de servicio en general.....	80
Tabla 37: Prueba de normalidad de calidad de servicio de Kolmogorov - Smirnov.....	81
Tabla 38: Comparación de medias de la Calidad de Servicio antes y después con la prueba	82
Tabla 39: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Calidad de Servicio	83
Tabla 40: Prueba de normalidad de Evidencia Física de Kolmogorov - Smirnov	84

Tabla 41: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable de Evidencia Física	84
Tabla 42: Prueba de normalidad de Fiabilidad de Kolmogorov - Smirnov.....	84
Tabla 43: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable calidad de servicio.....	85
Tabla 44: Prueba de normalidad de Capacidad de Respuesta de Kolmogorov - Smirnov..	85
Tabla 45: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Capacidad de Respuesta.....	86
Tabla 46: Prueba de normalidad de Seguridad de Kolmogorov - Smirnov.....	86
Tabla 47: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Seguridad	87
Tabla 48: Prueba de normalidad de Empatía de Kolmogorov - Smirnov	87
Tabla 49: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Empatía	88

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación titulado “implementación de un sistema de Gestión de compras para mejorar de la calidad de servicio en la empresa Kreat S.A.C. - San Martin del Porres”, tiene como objetivo general demostrar como la implementación de un sistema de gestión de compras mejora la calidad de servicio en la empresa Kreat S.A.C – San Martin de Porres.

La investigación es tipo aplicada y tiene un diseño cuasi-experimental. La población de este proyecto está conformada por los meses de agosto y noviembre del 2018, sin embargo se obtuvo datos del área de ventas desde los meses de enero hasta el mes de junio del año 2019, los cuales fueron analizados antes y después de la aplicación del estudio de trabajo. La muestra analizada es igual a la población, se empleó como técnica, la observación y los instrumentos utilizados fueron el diagrama de flujo.

Los instrumentos de recolección de datos fueron validados por tres jueces expertos en el tema.

Palabras clave: calidad de servicio, gestión de Compras, sistema.

ABSTRACT

In the present research project entitled "Implementation of the procurement management system to improve the quality of service in the company Kreat sac San Martin de Porres, 2019", has as a general objective to demonstrate how the implementation of a purchasing management system improves the quality of service in the company kreat sac san martin.

The research is of the applied type and has a quasi-experimental design. The population of this project is made up of the months of August and November of 201, however, data has been obtained from the sales area from the month of January to the month of June of the year 2019, which were analyzed before and after the application. of the work study. The analyzed sample is equal to the population, it is shown as the technique, the observation and the instruments that are included in the flow chart.

The data collection instruments were validated by three expert judges on the subject.

Keywords: quality of service, purchasing management, system

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Las empresas enfrentan en los últimos años muchos retos, esto se debe a la ampliación de la competitividad de las compañías y los diferentes fenómenos de la globalización son más influyentes en la actualidad, ya que exigen a las empresas tener diseños de estrategias adecuadas con respecto a todas sus operaciones en sus diferentes áreas. Por este motivo, las empresas que deseen sobrevivir al continuo cambio que lleva tener éxito en el mercado, tales como es en el caso del departamento de compras y abastecimiento, dado que es la gestora de la reducción de costos y del suministro responsable que ofrece a toda la empresa, el marco y las herramientas para poder desarrollar sus procesos con dirección a la cadena de suministros, además de apoyar y evaluar, en favor de una mejora continua constante.

Hoy en día las empresas no pueden permanecer en el método por efectuar un buen trabajo o producto. Un extraordinario trabajo de intercomunicación con los clientes posibilita sostener éxito en la economía mundial, constantemente competitivo. Estudios han probado que una ejecución rentable es el conocimiento de las exigencias de sus servicios y el nivel de satisfacción obtenido por ellos al consumir el producto o servicio ofrecido.

Una eficiente gestión de compra permite que los procesos claves de la empresa relacionados con costos, disponibilidad incrementen los márgenes del servicio de calidad.

Teniendo en cuenta que en el proceso de gestión de compras, el primer contacto entre las áreas y el órgano encargado de las contrataciones se realiza con el requerimiento de contratación de bienes y servicios, esta actividad es especialmente importante en el presente análisis en tanto se conocen las dificultades que afrontan las distintas áreas para formular adecuadamente sus requerimientos, cuyas devoluciones y retrabajos podrían explicar en gran medida los retrasos en la ejecución de las compras y los déficits de fiabilidad y empatía.

La compra de bienes, servicios y obras por parte de las entidades, bajo un proceso que involucra una serie de actividades que van desde la evaluación de las necesidades hasta la gestión de contratos y el pago final, es lo que se conoce como compras públicas. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE 2017), la contratación pública en el Perú representa un 50,7% del gasto gubernamental y un 11,6% del PBI, lo que demuestra lo transcendental que es la contratación pública para la economía y la sociedad del país. Araya (2006:35-40).

A nivel Local

La empresa Kreat S.A.C., es una empresa dedicada a la elaboración de productos merchandising como lapiceros de metal y plástico, llaveros, bolsas ecológicas, mediante la investigación, en los últimos meses se ha percibido una disminución en la calidad de servicio por diferentes factores que impiden que la compañía siga mejorando y produciendo rentabilidad eficaz, para ello se analizaron las causas que están afectando la calidad de servicio de la empresa: demora en la entrega de materia prima, incumplimiento e ineficiente selección por parte de los proveedores, la programación de pedidos ineficientes, escasa rotación de productos, llegada de materiales defectuoso, falta de supervisión del personal. En vista de estos problemas se elaboró una lista de lluvia de idea, en la cual se analizó y efectuó el Diagrama de Ishikawa y luego el Diagrama de Pareto.

Tabla 1: Lluvia de Ideas

Demora de proveedores
Devolución de ítems
Proveedores sin stock
Desmotivación del personal
Escasez de la capacitación del personal
Mala atención
Demora de servicios
Demora de cotización
Sin garantías
Producto defectuoso
Deficiente servicio de Postventa
Deficiente elección de proveedores
Fuera de parámetros
Maquinaria antigua
Desperfectos de las máquinas
Espacios reducidos
Pedidos sin errores
Pedidos sin retrasos
Comunicación y tramitación de documentos correctos
Mercancía en buen estado

Fuente: Elaboración Propia

Esta situación ha afectado a la calidad de servicio al servicio, por ejemplo, si los proveedores incumplen los tiempos de entrega de la materia prima, insumos esto retrasara el tiempo de entrega del producto final terminado haciendo que el servicio no obtenga el producto en el tiempo descrito en la cotización, esto ocasionara que el servicio tenga una mala percepción de la organización, costándole muchas veces que los servicios escojan a la competencia.

Por ello, se ha puesto en marcha el Diagrama de Ishikawa, donde se puede evidenciar en el grafico continuo donde se demuestra la problemática principal que se presenta en la organización; por ejemplo, al no contar con proveedores con suficiente stock se pierden servicios ya que el servicio puede optar por la competencia.

Asimismo, en el área de ventas se puede observar la falta de preparación en los trabajadores ya que por la demora en las cotización o productos fuera de parámetros obliguen los servicios a devolver los ítems esto a la larga no es nada conveniente para la organización.

Figura 1: Diagrama del Árbol de Problemas

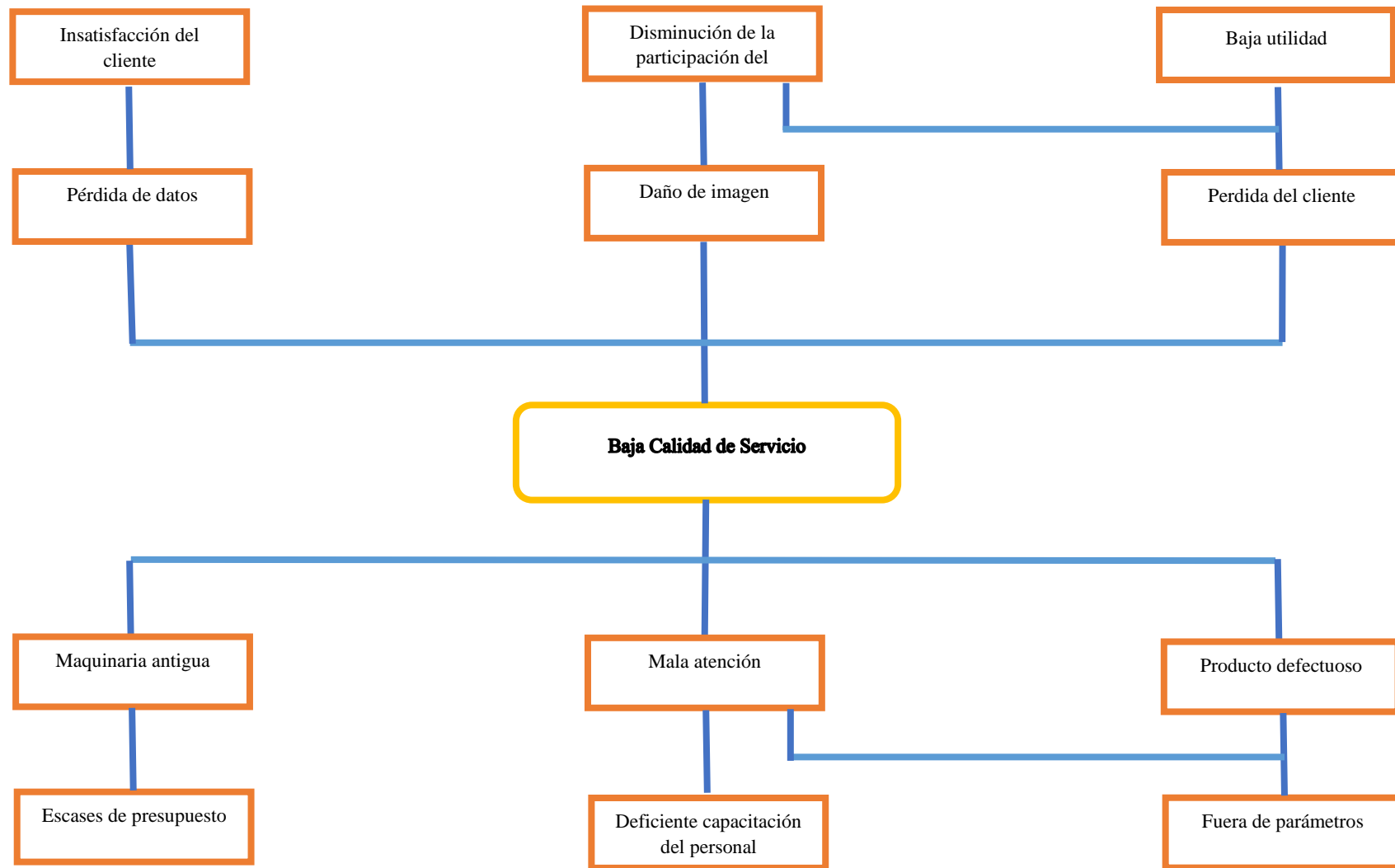
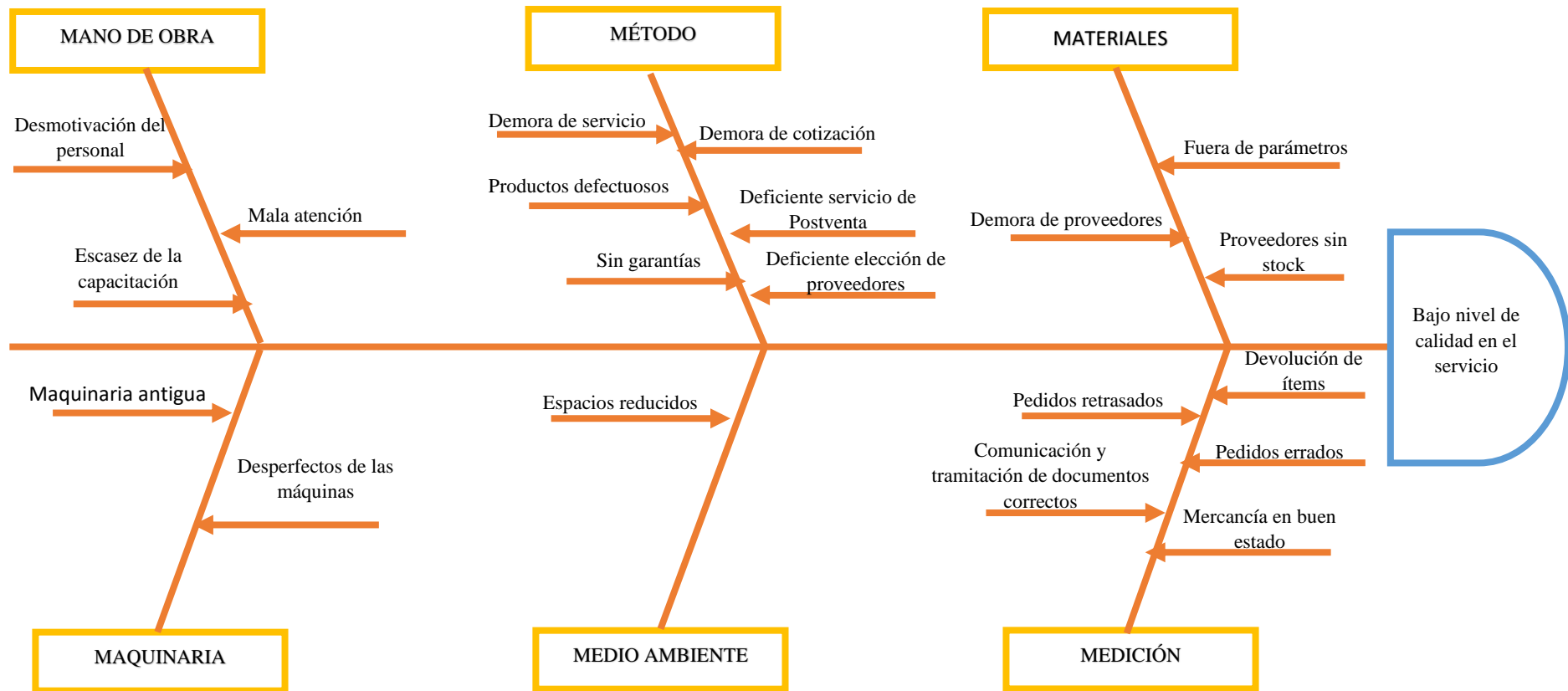


Figura 2: Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración Propia

Teniendo ya identificadas las causas como se muestra en la Figura N°2: Espina de Ishikawa, utilizaremos la Matriz de Correlación, donde expresaremos los problemas identificados en la empresa con números que van desde 0 a 1, revisar Tabla N° 2.

Tabla 2: Matriz de Correlación

	Demora de Proveedores	Devolución de Items	Proveedores sin Stock	Desmotivación del personal	Escasez de la capacitación del personal	Mala atención	Demora de servicios	Demora de cotización	Sin garantías	Producto defectuoso	Deficiente servicio de postventa	Deficiente elección de proveedores	Fuera de parámetros	Maquinaria antigua	Desperfectos de las máquinas	Espacios reducidos	Pedidos errados	Pedidos retrasados	Comunicación y tramitación de documentos correctos	estado de la mercancía	Total
Demora de Proveedores		1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	15
Devolución de Items	1		1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	15
Proveedores sin Stock	1	1		1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
Desmotivación del personal	0	0	0		1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	7
Escasez de la capacitación del personal	0	0	0	1		1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	11
Mala atención	0	0	0	1	1		1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	10
Demora de servicios	0	0	0	1	1	1		1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	12
Demora de cotización	0	0	0	1	1	1	1		0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	10
Sin garantías	0	0	0	0	0	0	0	0		1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Producto defectuoso	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	6
Deficiente servicio de postventa	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0		0	1	0	0	0	0	0	1	0	6
Deficiente elección de proveedores	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0		1	0	0	0	1	1	1	1	9
Fuera de parámetros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1		1	0	0	1	0	0	1	5
Maquinaria antigua	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1		1	0	0	0	0	0	7
Desperfectos de las máquinas	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1		0	1	0	0	0	7
Espacios reducidos	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		1	0	0	1	4
Pedidos errados	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1		1	1	1	14
Pedidos retrasados	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1		1	1	13
Comunicación y tramitación de documentos correctos	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1		0	9
Estado de la mercancía	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0		7
Total																					184

Fuente: Elaboración Propia

Del Diagrama de Correlación se realiza la tabla de Pareto podremos identificar las principales soluciones que se procederá a desarrollar. De acuerdo al cuadro de soluciones propuestas detallaremos el cuadro resumen para elaborar una tabla:

Tabla 3: Matriz para elaborar Pareto

	CANTIDAD DE ERRORES	TOTAL ACUMULADO	COMPOSICIO N PORCENTUAL	PORCENTAJE ACUMULADO
Demora de proveedores	15	15	8%	8%
Devolución de ítems	15	30	8%	16%
Proveedores sin stock	15	45	8%	24%
Deficiente elección de proveedores	14	59	8%	32%
Producto defectuoso	13	72	7%	39%
Demora de servicios	12	84	7%	46%
Demora de cotización	11	95	6%	52%
Fuera de parámetros	10	105	5%	57%
Deficiente servicio de Postventa	10	115	5%	63%
Sin garantías	9	124	5%	67%
Desmotivación del personal	9	133	5%	72%
Escasez de la capacitación del personal	7	140	4%	76%
Mala atención	7	147	4%	80%
Maquinaria antigua	7	154	4%	84%
Desperfectos de las máquinas	7	161	4%	88%
Espacios reducidos	6	167	3%	91%
Pedidos sin errores	6	173	3%	94%
Pedidos sin retrasos	5	178	3%	97%
Comunicación y tramitación de documentos correctos	4	182	2%	99%
Mercancía en buen estado	2	184	1%	100%
TOTAL	184		100%	

Fuente: Elaboración Propia

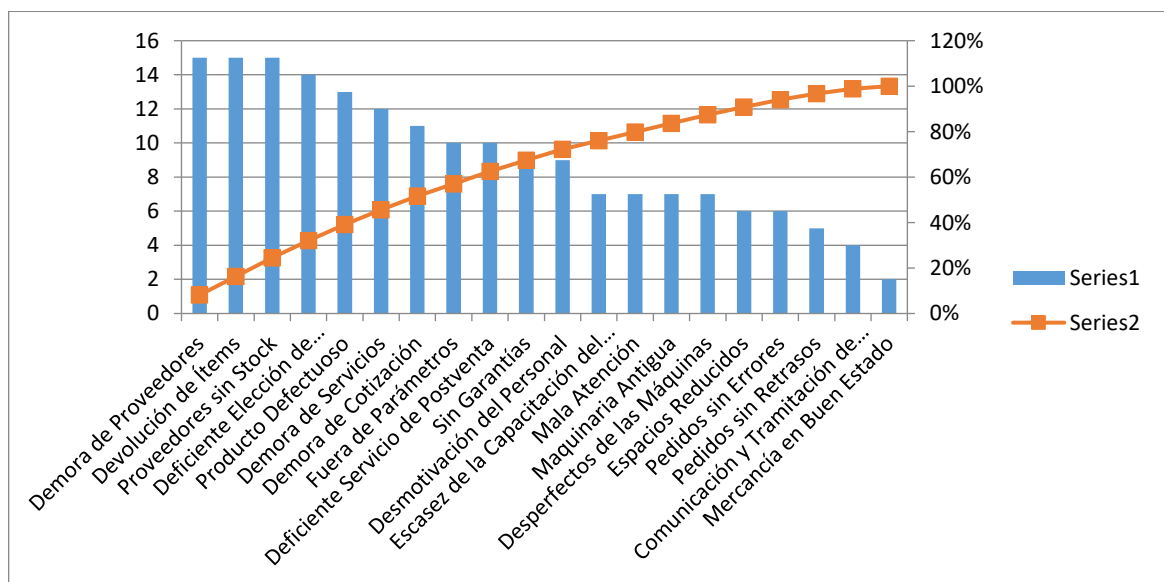
En el siguiente gráfico se puede percibir los porcentajes acumulados obtenidos del cuadro de soluciones propuestas, en donde se sugiere solución a los inconvenientes encontrados en la empresa.

Se observa la cantidad de errores, la cual tiene como punto máximo es que la calidad en el servicio, este problema típico en la empresa se debe a la demora de los proveedores en las cotizaciones, esto es por la cantidad de pedidos e información.

En el segundo defecto está la devolución de ítems, esto se debe a que muchos de ellos no se actualizan en el transcurso de la semana, esto es por la cantidad de carga que tiene el área de compras, esta cantidad de pedidos se eleva a la cantidad de solicitud de pedidos que hay en el día, por cierre de mes la cantidad de pedidos se incrementa.

Por lo cual elaboramos nuestro Diagrama de Pareto:

Figura 3: Diagrama de Pareto

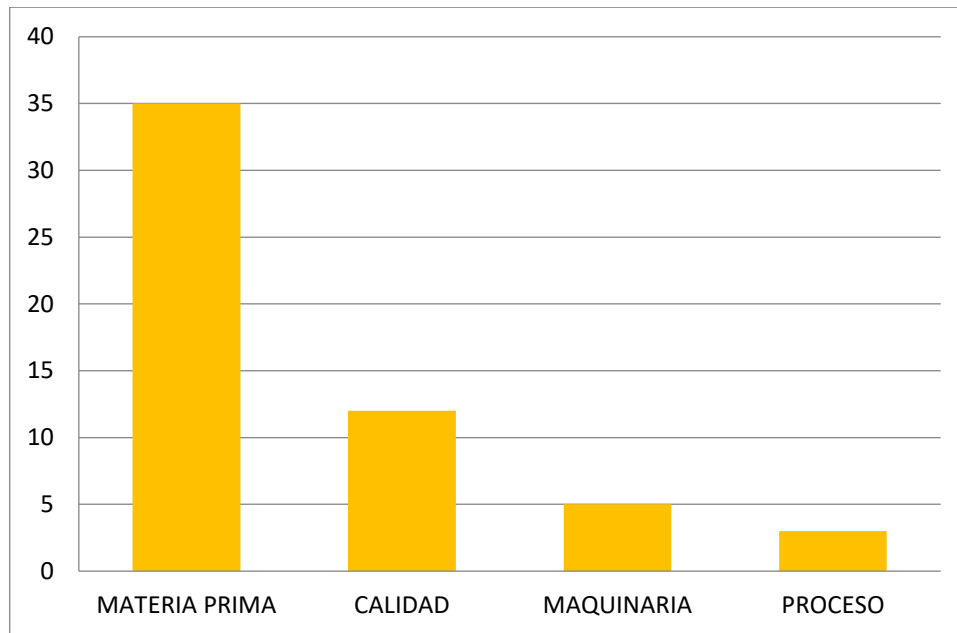


Fuente: Elaboración Propia

De igual manera, se consideró un Diagrama de Pareto (ver Figura N°3), para lo cual, primero se ordenó las causas según los puntajes obtenidos de mayor a menor seguidamente con su ponderación porcentual (revisar Tabla N°3). Teniendo como resultado el Diagrama de Pareto.

Como podemos apreciar la Figura N°3: Diagrama de Pareto, hemos identificado los problemas de la empresa ordenadamente de mayor a menor impacto.

Figura 4: Estratificación de Problemas



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Estratificación de Problemas

DESCRIPCIÓN DE LAS CAUSAS	FRECUENCIA
Materia Prima	35
Mano De Obra	12
Maquinaria	5
Método	3
	55

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, la gran mayoría de problemas identificados y que son responsables de originar una baja calidad de servicio se origina en la falta de una gestión de compras; por tal motivo se debe implementar un plan para este, utilizando métodos estandarizados en la adquisición recursos y la evaluación de proveedores.

Tabla 5: Estratificación de Problemas

	consolidad de prioridad por area							Nivel de Criticidad						
	Medición	Mano de obra	materia prima	Ambiente	Maquinaria	Metodos		Total problemas	tasa porcentual de problemas	Impacto	Calificacion	Prioridad	Medida a tomar	
Gestion	0	1	0	0	0	0	Bajo	1	5%	2	2	4		
Proceso	1	0	0	1	0	0	Bajo	3	15%	3	3	3		
Logística	1	1	3	1	1	1	Alto	12	60%	5	20	1	GESTION DE COMPRA	
Calidad	0	0	1	0	1	0	Medio	4	20%	4	8	2	SIX SIGMA	
total de problemas	1	2	4	2	2	1		20	100%					

Fuente: Elaboración propia

1.2 Trabajos Previos

Para la presente tesis, ha sido de suma importancia revisar estudios basados en el tema de interés, como es el caso de la mejora de la gestión de compras para la mejorar de la calidad de servicio en la empresa Kreat S.A.C. utilizando así fuentes históricas que han sido divididos en nacionales e internacionales y se especificaran a continuación .

Antecedentes Nacionales

ARRUÉ, (2014), en su tesis titulada **“Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario periodo junio a setiembre de 2014”**. Osiptel es una organización que desempeña sus funciones en el sector económico de gran trascendencia en el rubro de telecomunicaciones, el trabajo obtuvo una gran significancia en que es la percepción de calidad que incluye en la satisfacción de los servicios, su finalidad fue evaluar la calidad de servicio de atención definiendo el grado de satisfacción de los servicios. La presente investigación aporta a la nuestra con sus indicadores de Calidad de servicio.

COBA. (2017), en su investigación titulada **“Gestión de Inventarios y su relación eficiente con la Gestión de Compras en la comercializadora Jhampier SAC Cercado de Lima año 2017”**. Cuya finalidad determinó si existe relación entre la gestión de inventario y la gestión de compras. Como instrumento el autor utilizó el cuestionario. Se obtuvo resultado que existe relación entre la gestión de inventario y la gestión de compras. La presente investigación aporta a la nuestra con sus indicadores de gestion de compra.

LECAROS. (2017), en su investigación titulada **“Control Interno y su incidencia en la Gestión de Compras de la empresa Urano Tours S.A del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2017”**. La investigación es de tipo descriptiva explicativa, con un enfoque cuantitativo. Dio como resultado incidencias con la gestión de compras de la empresa Urano Tours S.A. La presente investigación aporta a la nuestra con sus indicadores de gestion de compra.

ORTÍZ. (2014), refiere en su tesis titulada **“Propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores”**. El objetivo fue mejorar la gestión de compras en la empresa textil de prendas interiores y exteriores. Se eligió el método SRM como propuesta de salida al problema de escasez de empaques. Por lo tanto, el autor concluye que, el incremento monetario adquirido generó un límite

promedio de S/.14.500.000 por año. La presente investigación aporta a la nuestra su marco teórico.

Antecedentes Internacionales

CORONEL. (2011), en su tesis titulada: **“Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al servicio en el Restaurante Los Pollos de la Colon”**. El autor llegó a la conclusión; que mejorando la calidad de servicio en dicho restaurante se beneficiara a los consumidores y por lo tanto generan una mejor reputación para el establecimiento y se permitirá brindar una atención al servicio privilegiada y personalizada. Otra conclusión es escuchar al servicio. La presente investigación aporta a la nuestra con sus indicadores de calidad de servicio y satisfacción del servicio.

GUZMÁN. (2013), en su tesis titulada: **La calidad de servicio y su influencia en la fidelización de los servicios del Hotel Titanica de la ciudad de Ambato**. Se ejecutó una investigación correlacional con enfoque cuantitativo y cualitativo. Se determinó que la empresa se encuentra actualmente con un nivel deficiente en cuanto a su calidad de servicio con respecto a la capacidad de respuesta, lo que obstaculiza que la empresa tenga un factor de diferenciación con su competencia, produciendo la falta de práctica en los componentes de la calidad de servicio. La presente investigación aporta a la nuestra con sus indicadores de calidad de servicio y satisfacción del servicio.

1.3. Teorías Relacionadas al tema

1.3.1 Gestión de Compras

Para un mejor entendimiento de la Gestión de Compras se presenta la Figura N°4, la cual fue elaborada a partir de los libros: Gestión de compras de Escudero (2014), Gestión de compras en el diminuto comercio. MF2106 de Arenal (2016) y Logística de aprovisionamiento de Manzano (2014), a seguir:

1.3.1.1 Definición

Hoy en día, las organizaciones se encuentran en un entorno competitivo y con cambios constantes cada vez más frecuentes. Por lo cual la calidad y mejora de los servicios se transforman en una constante supervivencia de dichas empresas, con la finalidad de ofrecer productos y servicios que complazcan las peticiones de los servicios.

Para definir la Gestión de Compras, Carreño nos dice que:

Es el departamento de la compañía con la responsabilidad de proveer con los materiales necesarios para el anace de las operaciones, en cantidad, tiempo y espacio preciso, de la calidad apropiada y el precio más rentable enfocándose en el proceso de sus operaciones (2011, p.95).

Por otro lado, Bureau Veritas nos explica que:

La Gestión de Compras se da al instante que un bien o servicio se encuentra exteriormente de la empresa y concluye una vez que las responsabilidades implantadas con el proveedor concluyen, todas las organizaciones brindan bienes y servicios están en la inspección de pronóstico de esta. [...] Las exigencias de compra está en la obligación de ser relacionada con parámetro establecidos de resolución que al contar con categorías de modificación brinde sus servicios de la mejor manera” (2009, p.102).

1.3.1.2 Pasos para una Gestión de Compras

Proceso de Compra:

Castán, López y Núñez, señalan:

El proceso de compra se inicia especificando los requerimientos de la empresa enfocándose en el capital que dispone para terminar con las exigencias y requerimientos. Se debe tener en cuenta: la cantidad, la calidad, los costes, los plazos de entrega y los servicios que se requiere.

Se deben considerar dentro del proceso de compra lo siguiente:

- Búsqueda y selección de proveedores potenciales
- Negociación de la compra y realización del pedido
- Seguimiento y control de la compra (2012, p.157).

Búsqueda de proveedores potenciales:

Según Martínez, manifiesta que “la labor del comprador es hallar los puntos más fuertes de abastecimiento para su empresa, eligiendo los suministros más capaces de aprovisionar con calidad, precio y servicio correcto” (2013, p.78).

Selección del proveedor:

Seleccionar de forma eficiente a los proveedores es importante para el abastecimiento obtenido sea a buen costo y con la calidad requerida. Antes de realizar la búsqueda de

proveedores, la empresa debe considerar todos los criterios que va a realizar a la hora de elegir a los proveedores. (López, 2014, p.46).

Tabla 6: Tipo de Relación con los Proveedores

	PROVEEDOR TRADICIONAL	PROVEEDOR COLABORADOR
Objetivo de la relación	Mínimo precio de adquisición	Calidad de los componentes e innovación
Tipo de numero relación	Corto plazo	Largo plazo
Criterios de selección	Precios	Calidad, fiabilidad, capacidad de innovación
Participación en el diseño del producto	Ninguno	Los proveedores suelen participar para mejorar el producto
Control de calidad	Se inspecciona el material recibido	Los controles se van reduciendo o eliminando cuando la relación se afianza

Fuente: Elaboración Propia

1.3.1.3 Indicadores de Selección de Proveedores

Se denomina negociación y realización del pedido al acuerdo entre el comprador y el vendedor, considerando el costo y la calidad del servicio; con el objetivo de satisfacer las necesidades y lograr la elaboración del pedido.

Entregas Perfectas:

Son las cantidades de pedidos que se atienden por las empresas y se considera un pedido perfecto cuando se encuentra en excelentes condiciones con en la presentación físicamente, documentación exacta, completa y el transporte apropiado para el pedido” (Mora, 2004, p.76).

$$\text{Valor} = \text{Pedidos entregados perfectos} * 100 / \text{Total de pedidos entregados}$$

Indicadores de Control y seguimiento de la compra:

Productos devueltos tiene como finalidad controlar los pedidos que se devolvieron al proveedor (Mora, 2008, p. 21).

$$\text{Valor} = \text{Productos devueltos} * 100 / \text{Total de productos recibidas}$$

Ejecución de la compra:

Para Martínez, “una vez seleccionados los proveedores más eficientes y especificar las cláusulas que funcionan en el mercado abastecedor, se tiene la obligación de empezar a desarrollar las propuestas que se ejecutan con las características de las políticas de compra” (2013, p.37).

1.3.1.4 Dimensiones

Entrega de pedidos a tiempo:

“Es el número de pedidos recibidos en un plazo establecido dividido entre el número total de pedidos, podemos deducir que mide el porcentaje de pedidos que se han recibido en el plazo establecido” (Lobato y Villagrán, p.34).

$$\text{Entregas de pedidos a tiempo} = \frac{\text{Pedidos a tiempo}}{\text{Total de pedidos}} * 100 \%$$

Calidad de pedidos generados:

“Es cantidad de pedidos generados en buenas condiciones entre el total de pedidos solicitados en un tiempo establecido, se puede deducir que se mide la cantidad y porcentaje de la petición de compras originadas sin retrasos, o sin requerimiento de comunicación agregada” (Mora, 2008, p.20).

$$\text{Cantidad de pedidos generados} = \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{Total de pedidos generados}} * 100 \%$$

1.3.2 Calidad de Servicio

1.3.2.1 Definición

La American Society for Quality (ASQ) señala:

Calidad es un término que cada persona o sector tiene su propia definición. En una noción técnica, la calidad puede tener dos significados: Las características de un producto o de un servicio que influyen en su capacidad de satisfacer necesidades.

(Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1988, p.67), definen a la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente, de esta forma un servicio evaluará la calidad del servicio obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía.

1.3.2.2 La calidad de servicio en la visión de la empresa

La organización deberá complacer todas las necesidades y expectativas del servicio, de éste modo se formó una opinión real que se denomina calidad de servicio.

Por consiguiente, para satisfacer dichas expectativas se debe disponer de información apropiada sobre los servicios que incluyen aspectos relacionados con sus necesidades y las características que se establecen para evaluar la calidad de un servicio.

1.3.2.3 Los objetivos de la calidad de servicio

(Abadi, 2004, p.106) Los objetivos que pueden manifestarse en relación a la calidad de servicio pueden ser:

- La satisfacción del servicio.
- Mejoramiento continuo del servicio.
- Eficiencia en la prestación del servicio.

1.3.2.4 Modelos centrados en el servicio

El modelo SERVQUAL es un cuestionario de preguntas para medir la calidad del servicio de múltiples dimensiones. Se entiende a la calidad como la percepción de diferencia entre el servicio entregado y percibido.

Los que se disminuyen a 5 dimensiones:

- Fiabilidad
- Seguridad / Garantía
- Tangibilidad
- Empatía
- Capacidad de respuesta (Duarte, 1999, p.78).

El estudio de las percepciones y actitudes de los servicios en relación a la empresa Kreat S.A.C. incrementará en gran medida las oportunidades de tomar mejores decisiones, así como diagnosticar si se están cumpliendo las exigencias.

El modelo SERVQUAL se utilizara para medir de la satisfacción del servicio a través de encuestas de satisfacción es el modelo SERVQUAL o PARASURAMAN (Zeithalm, Parasuraman y Berry) para el estudio de las expectativas y percepciones de servicio.

1.3.2.5 Modelos de excelencia en la calidad

Los modelos de excelencia tienen como misión fomentar la competitividad de las organizaciones y confirmar el cumplimiento de estándares de calificación internacional.

Modelo EFQM:

Este modelo es una perspectiva integradora de otros enfoques, como parte de su acción y para estimular la preocupación por el tema de la calidad utilizando como criterio de decisión el Modelo de Excelencia EFQM, el cual tiene en cuenta los criterios de excelencia empresarial que incluyen todas las áreas de funcionamiento de la organización.

Modelo Deming:

El modelo Deming, pretende corroborar mediante una evaluación, que la creación de mecanismos de control de calidad en todas las partes de la institución, hayan conseguido los resultados esperados. El objetivo es la satisfacer al servicio y el bienestar público. Este modelo recoge diez criterios de evaluación de la gestión de calidad de la institución.

- Políticas y objetivos
- Calidad de productos y procesos
- Estandarización
- Gestión y control
- Garantía de calidad de funciones, sistemas y métodos
- Mejorar constantemente los sistemas de producción y servicio.
- Tomar medidas para conseguir la innovación (Nieves C. y Ros L, 2006).

Servicio:

Se presenta en aquellas empresas que tienen intermediarios, entre otras palabras, el usuario no es el servicio final, no hay contacto directo con el usuario del producto (Prats, 2005). Es cierto que una identificación extensa y precisa de los servicios es imprescindible para el éxito de cualquier estudio acerca de la satisfacción del servicio (Dutka y Mazia, 1998, p.67).

Satisfacción del servicio:

Es aquella en que se comparan las expectativas del servicio con sus percepciones en relación al contacto real del servicio (Hoffman y Bateson, 2011, p.76).

1.4. Formulación al Problema

1.4.1 Problema General

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres?

1.4.2 Problema Específico

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. - San Martin de Porres?

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. - San Martin de Porres?

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. - San Martin de Porres?

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora índice de seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. - San Martin de Porres?

¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora índice de empatía en la Empresa Kreat S.A.C. - San Martin de Porres?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1 Justificación Económica

Para establecer una definición tan amplia se puede señalar que en las actuales situaciones el carácter constante de un procedimiento, por objetivos de carácter estratégicos que se transforman al ritmo de los deseos y posibilidades de los servicios, donde la organización exige equivalencia entre la eficiencia en la elaboración, la eficacia de los resultados ante las exigencias cambiantes del entorno y la garantía de la permanencia en el tiempo por la competitividad.

1.5.2 Justificación Técnica

Tenemos un gran interés por aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera de Ingeniería Industrial, específicamente en el área de compras, pues consideramos que se pueden dinamizar las perspectivas y competitividad de la empresa frente a la competencia. Los resultados obtenidos en el siguiente estudio de investigación nos permitieron conocer las expectativas y satisfacciones del servicio.

Esto puede precisarse en:

- Necesidades de alta productividad.

- Calidad de toda actividad.
- Gestión de la protección total de los procesos y del medio ambiente.

Aumentar y generar una ventaja competitiva, ya que en un mercado tan competitivo como el de las agencias de marketing todavía existe un gran margen para crear y fortalecer la lealtad de los servicios mediante una adecuada calidad de servicio al servicio. A su vez nos vemos impulsados y motivados a realizar este proyecto con el fin de entregar a la empresa resultado de este ya que van ajustado a sus operaciones permitiendo generar medición de metas de gestión de compras entorno a un resultado en calidad de servicio y por ende utilidades, ya que tendrá un manejo adecuado de materiales y materia prima, sin necesidad de que se presente escases o exceso de materiales.

1.5.3 Justificación Social

En el presente estudio se dan los primeros pasos en la concepción del cuidado del medio ambiente y se comienza a hablar de calidad de vida de los trabajadores y del entorno donde además deben de optimizarse los recursos de la naturaleza y del mayor de todos los recursos que es el ser humano.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

1.6.2 Hipótesis Específicas

H1: La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

H2: La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

H3: La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

H4: La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora índice de seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

H5: La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora índice de empatía en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

1.7. Objetivo

1.7.1 Objetivo General

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

1.7.2 Objetivos Específicos

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de empatía en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres

II. MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de investigación

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada debido a que se propone la implementación de la gestión de compras en la empresa Kreat S.A.C. en el distrito de San Martín de Porres, con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de la empresa, de este modo satisfacer las necesidades de nuestros servicios internos y externos.

Landeau. (2007), indica que: El investigador sugiere aplicar el conocimiento para solucionar problemas, dependiendo del beneficio de las personas o asociaciones mediante la implementación de alguna técnica particular. Se emplea con frecuencia este tipo de estudio en el contexto industrial, orientado a la producción de materiales, instrumentos, sistemas, métodos, procedimientos y modelos (p.55).

Nivel de Investigación

El nivel de investigación Explicativo, ya que se explicará que la gestión de compras es una ayuda para la baja calidad de servicio de la empresa Kreat S.A.C., en el distrito de San Martín de Porres. La implementación de la gestión de compras es una alternativa debido a que la empresa no cuenta con métodos logísticos.

Al respecto Borda. (2013) indica que: “[...] mediante comprobación de hipótesis [...] busca demostrar la relación entre las variables independientes y las variables dependientes, para que sus resultados exprese un verificables” (p. 145).

Diseño de investigación

La investigación tuvo un tipo de diseño experimental, porque se manipulará la variable independiente “gestión de compras” para observar sus efectos en la variable dependiente “Calidad de Servicio”.

Se aplicará el diseño cuasi experimental.

Arias (2012) menciona que: “Este proceso que consiste en someter a un objeto a determinadas condiciones, estímulos o tratamientos, para observar los efectos o reacciones que se producen (p. 34).

2.2 Operacionalización de variables

Variable independiente

Se refiere a la adquisición por parte de la empresa las materias primas e insumos, materiales indirectos repuestos, maquinarias equipos, herramientas, mobiliario, etc.

Y otros necesarios para la operación de la empresa.

Dimensiones

D1. Entrega de pedidos a tiempo:

$$\text{Entrega De Pedidos a Tiempo} = \frac{\text{Pedidos entregados a tiempo}}{\text{Pedidos totales}} * 100 \%$$

D2. Cantidad de pedidos generados

$$\text{Cantidad de Pedidos Generados} = \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{Total de pedidos generados}} * 100 \%$$

Variable dependiente

La calidad se define su función de la percepción que el servicio tiene cerca del producto o servicio que se comercializa. Esta percepción que puede tener el servicio también en función a las exceptivas que se pueda crear aquello que espera sobre dicho producto o servicio.

Dimensiones

D1. Evidencia Física

$$\text{Índice de Evidencia Física} = \frac{\sum \text{Puntuación de los items}}{\sum \text{Total de dimensiones}} * 100 \%$$

D2. Fiabilidad

$$\text{Índice de Fiabilidad} = \frac{\sum \text{Puntuación de los items}}{\sum \text{Total de dimensiones}} * 100 \%$$

D3. Capacidad de Respuesta

$$\text{Índice de Capacidad de Respuesta} = \frac{\Sigma \text{Puntuación de los items}}{\Sigma \text{Total de dimensiones}} * 100 \%$$

D4. Seguridad

$$\text{Índice de Seguridad} = \frac{\Sigma \text{Puntuación de los items}}{\Sigma \text{Total de dimensiones}} * 100 \%$$

D4. Empatía

$$\text{Índice de Empatía} = \frac{\Sigma \text{Puntuación de los items}}{\Sigma \text{Total de dimensiones}} * 100 \%$$

A continuación, se muestra la Figura N° 7 que muestra la Operacionalización de la variable dependiente y variable independiente.

Figura 5: Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
VARIABLE INDEPENDIENTE					
GESTIÓN DE COMPRA	CARREÑO (2011) define “Gestión de compra Es el departamento de la compañía con la responsabilidad de proveer con los materiales necesarios para el almacen de las operaciones, en cantidad, tiempo y espacio preciso, de la calidad apropiada y el precio más rentable enfocándose en el proceso de sus operaciones” (p.95)	Gestión de Compra: Se refiere a la adquisición por parte de la empresa los siguientes rubros materias, primas e insumos, materiales indirectos repuestos, maquinarias equipos, herramientas mobiliario, etc. y otros necesarios para la operación de la empresa	Entrega de pedidos a tiempo	ENTREGA DE PEDIDOS = $\frac{Pedidos\ a\ tiempo}{total\ de\ Pedidos} * 100\ \%$	RAZÓN
			Cantidad de pedidos generados	CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS = $\frac{Pedidos\ generados\ sin\ problema}{total\ de\ pedidos\ generados} * 100\ \%$	RAZÓN
VARIABLE DEPENDIENTE					
CALIDAD DE SERVICIO	PIZZO (2013), afirma que “El método desarrollado y practicado por una organización para entender las necesidades y perspectivas de los servicios y ofrecerles un servicio accesible, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas de tal manera que el servicio se sienta comprendido, atendido y ayudado personalmente con entusiasmo y eficacia, sorprendido con mayor valor al esperado. Por consiguiente, se producen mayores ingresos y menores costos para la compañía” (p.50)	Servicio de Calidad: La calidad se define en función de la percepción que el servicio tiene cerca del producto o servicio que se comercializa. Esta percepción que puede tener el servicio también en función a las expectativas que se pueda crear aquello que espera sobre dicho producto o servicio.	Evidencia Física	ÍNDICE DE EVIDENCIA FÍSICA = $\frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$	RAZÓN
			Fiabilidad	ÍNDICE FIABILIDAD = $\frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$	RAZÓN
			Capacidad de respuesta	ÍNDICE DE CAPACIDAD DE RESPUESTA = $\frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$	RAZÓN
			Seguridad	ÍNDICE DE CAPACIDAD DE SEGURIDAD = $\frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$	RAZÓN
			Empatía	ÍNDICE DE CAPACIDAD DE EMPATIA = $\frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$	RAZÓN

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Una población es considerada el conjunto de algo determinado que cuente con características comunes; puede estar conformada de personas, cosas, maquinas, herramientas, entre otras. (Hernández, 2014, p.173).

Según Valderrama (2013) nos dice que la población es un conjunto de elementos que posee atributos susceptibles de ser observados (p.186).

La población en esta investigación estará conformada por los 60 servicios realizados durante un periodo de 30 días.

Muestra

Según Valderrama (2013) indica que la muestra es un conjunto representativo de una población, porque nos muestra las características de la población cuando se aplica la técnica adecuada (p.186).

Para el presente trabajo de investigación se tomara como muestra los 60 servicios realizados por un periodo de 30 días, en este caso la población será igual a la muestra, es decir no existirá muestreo.

Muestreo

Para esta investigación el muestreo será no probabilístico intencional; no probabilístico porque es un procedimiento de selección en donde no se conoce la probabilidad que tienen cada uno de los elementos de la población para integrar la muestra (Valderrama, 2013, p.186).

En esta investigación no es necesaria la realización de un muestreo por lo que se tiene que la población es igual que la muestra.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Recolección de Datos

La técnica que se utiliza para la recolección de datos es la observación en la que se realizaran un análisis de datos donde se verificaran la baja calidad de servicio, las demora de los proveedores en las cotizaciones, devolución de Ítems los cuales son los problemas más frecuentes en la empresa Kreat S.A.C.

La observación es una técnica que nos permite captar mediante la vista de forma ordenada el hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en una sociedad (Arias, 2012, p.69)

Instrumento de Recolección de Datos

Según Valderrama (2013), los instrumentos de medición sirven para investigar, recoger y almacenar la información que nos facilitara en la solución de problemas y por ende cumplir con los objetivos de la investigación (p.195).

Para esta investigación se ha elaborado formatos los cuales son por elaboración propia, la cual pasaron por 3 juicios de expertos y tiene la validez en el diferente contenido, evaluación y en la construcción, de tal manera que al ser medidos no genere alteraciones económicas para la empresa.

Validez

La validez se refiere a la capacidad del instrumento de medir realmente la variable que se desea medir (Hernández, 2013, p.231).

Para esta investigación la validación de los instrumentos fue realizada por tres expertos de alto grado de estudio, los cuales están acorde con los instrumentos detallados y valorados anteriormente en proyectos de investigación de la escuela profesional de Ingeniería industrial.

Tabla 7: Juicio de Expertos

Nº	Apellidos y Nombres de los Expertos	Pertinencia	Relevancia	Claridad
1	Dr. Bravo Rojas Leonidas Manuel	x	x	x
2	Dr. Diaz Dumont Jorge Rafael	x	x	x
3	Ing, Soto Altamirano Alejandro Martin	x	x	x

Fuente: Elaboración Propia

Confiabilidad

Para esta investigación se extraen datos relativamente comprobados de los problemas que hay en la empresa y que a los emisores les resulta una baja calidad de servicio, para ello utilizaremos información propia de la empresa.

La confiabilidad nos indica que si un instrumento es usado más de una vez en el mismo individuo u objeto se va obtener los mismos resultados (Hernández, 2013, p.232).

Se hará uso de instrumentos de medición los cuales se detallan a continuación:

- **Ficha de registro:** Son formatos que sirven y permiten el almacenamiento de información y que a su vez han sido diseñados bajo un esquema preestablecido, adecuados a los fines y objetivos del trabajo.

2.5. Métodos de análisis de datos

Análisis Descriptivo

Es un método de estudio de datos, que permite organizar toda la información obtenida para gestionarla con mayor facilidad; de esta manera se simplifica, organiza o resume toda la información para poderla describir (López y Juárez, 2004, p.7).

Para determinar el análisis de los datos e información que se obtiene en la investigación será necesario utilizar herramientas y técnicas que describan el comportamiento y situación de las variables.

- **Histograma:** es una representación similar a un diagrama de barras, pero se utiliza cuando el volumen de datos es más amplio, o cuando las variables son continuas.

Análisis Inferencial

El segundo método, es contrastar sus variables a través de la prueba de hipótesis, en este caso con la ayuda del programa estadístico informático SPSS, se desarrolla una prueba de normalidad, de acuerdo a la cantidad de datos e información recolectada; en esta prueba nos dice que si la muestra es mayor o igual a 30 se hace uso de Kolmogorov-Smirnov; de lo contrario ShapiroWilk.

Para el presente estudio de investigación se usará la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ya que la población consta de 60 servicios que es mayor a 30, para la contratación de hipótesis.

Para determinar si los datos son paramétricos o no paramétricos. Para la contratación de las hipótesis se realizará las pruebas T-Student si tiene una distribución paramétrica o Wilcoxon si es no paramétricas.

2.6. Aspectos éticos

En este proyecto de investigación se toma como criterio los lineamientos de la escuela de Ingeniería Industrial, de la Universidad Cesar Vallejo, para así realizar este proyecto de tesis con toda responsabilidad por parte del investigador, en el cual cumpla con los parámetros establecidos por parte de la escuela.

Los datos se recolectaran por parte de la empresa ya que Kreat S.A.C. nos brindara los datos para poder llevar a cabo este proyecto.

2.7. Desarrollo de la propuesta

2.7.1 Situación actual

La Kreat S.A.C. es el resultado del emprendimiento del Señor Abad Fernández Oblitas que desde el 2005 brinda servicio de publicidad y merchandising a todo el Perú.

Esta microempresa inicio sus actividades el 25 de Octubre del 2005 y quedo constituida mediante escritura pública extendida el 1 Noviembre del mismo año. Contando con una tienda en Abancay siendo esta tienda comercial. Con un equipo de marketeros, creativos, diseñadores, redactores, y consultores. Año tras año en Kreat crecemos trabajando con ilusión y espíritu innovador, enfocamos nuestros esfuerzos a la optimización de sus recursos para lograr el mejor rendimiento a su inversión. En los meses que se trabajó en la empresa se ha observado una baja calidad de servicio por distintos factores que impiden que la organización consiga un valioso nivel de rentabilidad, por ello se programó una reunión con cada jefe de área de la organización donde se plantea como opción este trabajo de investigación con el informe de cada uno de ellos se analizó las causas más relevantes que estarían afectando la calidad de servicio.

Llegando a la conclusión que los factores más relevantes son la ineficiente selección por parte de los proveedores, la programación de pedidos ineficientes, poca rotación de productos y por ultimo llegada de materiales defectuosos.

Visión

Ofrecer a nuestros servicios apoyados en nuestro conocimiento y al avance tecnológico, ya que contamos con programas de diseño actualizados y una variedad de productos publicitarios, que están a cargo de un selecto staff de profesionales en diagramación, diseño y ventas, así como expertos en Marketing para mejorar el crecimiento de tu negocio.

Misión

Constituirnos en una empresa líder en el Mercado pues contamos con estrategias de ventas acorde con sus requerimientos, tanto en creatividad, publicidad, diseño, marketing y venta de productos.

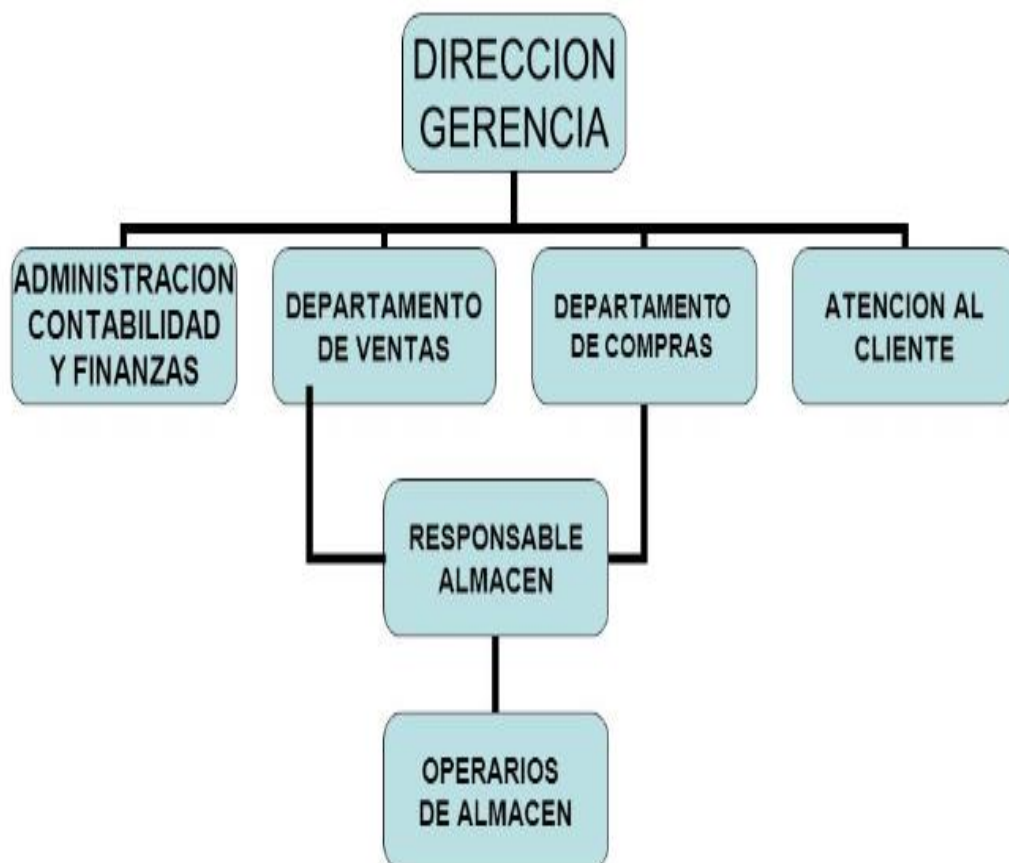
Localización

La dirección de domicilio fiscal es MZA. “B” LOTE. 31 - APV. Valle Azul San Diego II Etapa, San Martín de Porres - Lima.

Organigrama

La empresa Kreat S.A.C. está conformada por esta manera:

Figura 6: Organigrama de la empresa Kreat S.A.C.



Fuente: Kreat S.A.C.

2.7.1.1 Actividades de la Empresa

Publicidad Masiva:

- Prensa, radio y televisión.

Publicidad Selectiva:

- Revistas especializadas.

Publicidad Exterior – Interior:

- Paneles luminosos, banderolas, gigantografías.
- Paneles carreteros, ploteo de vinil, etc.
- Publicidad móvil.

Merchandising:

- Lapiceros
- Llaveros
- Solaperos
- Tazas
- Polos
- Gorros, etc.

Diseño Gráfico en general:

- Diseño de interiores.
- Diseño publicitario (logos, emblemas, etc).
- Diseño de estructuras
- Diseño de industrial, etc.

Servicios:

- Impresión color y b/n
- Estampados en general
- Bordados
- Imprenta (trípticos, volantes, etc)
- Artesanía
- Conversión de videos, imagen y sonido
- Fotografía digital

Comercialización, exportación, importación de productos:

- Productos para publicidad

- Artesanía en general

2.7.1.2 Proceso Productivo

Solicita la Materia Prima

- Se realizan los respectivos envíos de materia prima hacia los señores de impresión o tampografía.

El proceso tiene 5 fases las cuales son:

1. SOLICITUD DE COTIZACIÓN:

Esta fase es cuando el servicio solicita por correo la emisión de la cotización, adjuntando todos los datos del producto (código, cantidad, color) el cual se solicita cotizar, se manda al correo ventas@kre-at.com.

2. CREACIÓN DE LA COTIZACIÓN:

Esta fase recepción correo genera la cotización adjuntando todos los datos en un solo archivo cotizaciones se envían datos de stock, precio y fecha aproximada de la entrega.

3. SE ENVIA COTIZACIÓN

Y se envía cotización VIA CORREO ELECTRÓNICO, si la cotización es aceptada, se prepara un boceto ya sea un llavero, lapicero o el artículo merchandising a producir y se hace una muestra para su aprobación.

4. SE INICIA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Esta fase se inicia la producción del producto requerido.

Teniendo ya la muestra aprobada, la OC del requerimiento y el abono del 50% adelantado se da inicio a la producción comprando la materia prima a los proveedores, luego de la comprar los insumos, es llevado señor que realiza la tampografía del artículo requerido, (cabe resaltar que la empresa tercerisa)

5. SE HACE ENTREGA DEL PRODUCTO REQUERIDO

En esta fase se realiza la entrega del producto terminado.

En la actualidad la empresa Kreat S.A.C. no cuenta con proveedores eficientes, ya que existe.

Tabla 8: Datos Actuales de entregas de pedidos a tiempo de materia prima – Pre Test

FECHA		N° DE SEMANAS	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO (UNID)	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA PROGRAMADA (UNID)	MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO/MATERIA PRIMA PROGRAMADA	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO
PRE TEST	06/08/18 - 12/08/18	Semana 1	485	740	66%	64%
	13/08/18 - 19/08/18	Semana 2	478	740	65%	
	20/08/18 - 26/08/18	Semana 3	460	715	64%	
	27/08/18 - 02/09/18	Semana 4	455	690	66%	
	03/09/18 - 09/09/18	Semana 5	450	680	66%	
	10/09/18 - 16/09/18	Semana 6	442	700	63%	
	17/09/18 - 23/09/18	Semana 7	438	705	62%	
	24/09/18 - 30/09/18	Semana 8	435	695	63%	

Fuente: Elaboración Propia

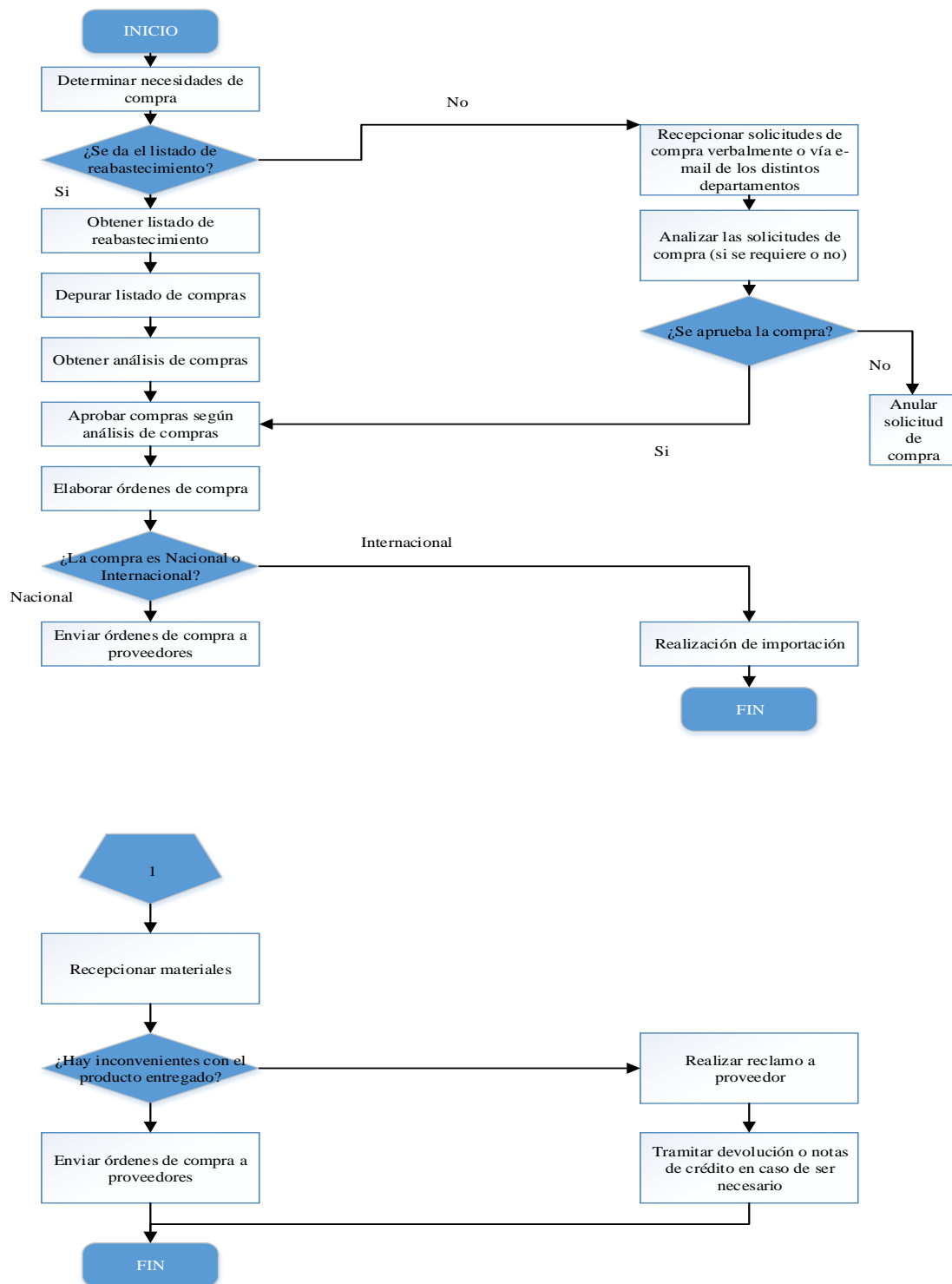
Tabla 9: Datos Actuales de calidad de pedidos generados de materia prima- Pre Test

FECHA		N° DE SEMANAS	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO (UNID)	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA PROGRAMADA (UNID)	MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO/MATERIA PRIMA PROGRAMADA	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO
PRE TEST	06/08/18 - 12/08/18	Semana 1	475	740	64%	64%
	13/08/18 - 19/08/18	Semana 2	470	740	64%	
	20/08/18 - 26/08/18	Semana 3	455	715	64%	
	27/08/18 - 02/09/18	Semana 4	443	690	64%	
	03/09/18 - 09/09/18	Semana 5	440	680	65%	
	10/09/18 - 16/09/18	Semana 6	435	700	62%	
	17/09/18 - 23/09/18	Semana 7	450	705	64%	
	24/09/18 - 30/09/18	Semana 8	435	695	63%	

Fuente: Elaboración Propia

Debido a la demora en la entrega de pedidos y su baja calidad de materia prima afecta a la empresa Kreat S.A.C., la cual viene ejecutando en un 64% en entregas de pedidos a tiempo y en la calidad de pedidos, por ende, se plantea disminuir estas causas y mejorar la calidad de servicio.

Figura 7: Diagrama de Flujo antes de la implementación



Como se observa en el diagrama flujo de la situación actual de la empresa, se identificaron errores en el proceso de compras actual, las mismas que se mencionan a continuación:

- No hay relación del departamento de calidad en el proceso del requerimiento de material prima.
- No existe la inspección del ingreso materia prima al almacén
- No existe la definición de funciones del personal del departamento de compras.
- No existe la evaluación o clasificación al desempeño de los proveedores.
- No se establecen las características de la materia prima a comprar.
- No se realiza el control ni registros de documentos.

El manual de compras propuesto en la empresa se centra en poner atención en los puntos mencionadas anteriormente.

Se muestra el siguiente cuadro de los servicios por días, siendo estos 2 servicios por día.

Tabla 10: Cantidad de Servicios

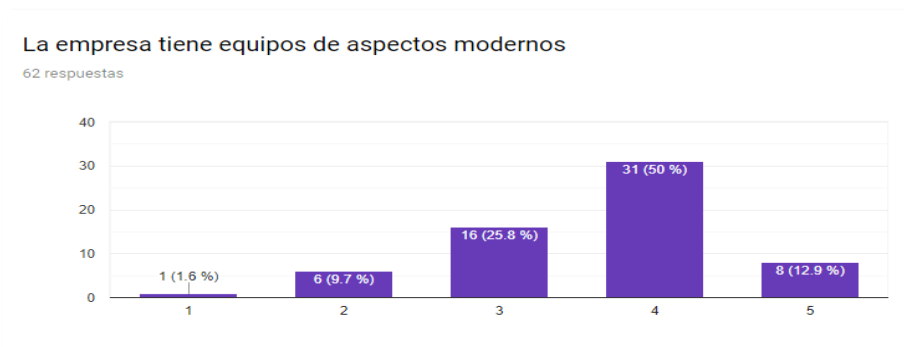
FECHAS		N ° SERVICIOS
01	01/09/18	2
02	02/09/18	2
03	03/09/18	2
04	05//09/18	2
05	05/09/18	2
06	06/09/18	2
07	07/09/18	2
08	08/09/18	2
09	09/09/18	2
10	10/09/18	2
11	11/09/18	2
12	12/09/18	2
13	13/09/18	2
14	14/09/18	2
15	15/09/18	2
16	16/09/18	2
17	17/09/18	2
18	18/09/18	2
19	19/09/18	2
20	20/09/18	2
21	21/09/18	2
22	22/09/18	2
23	23/09/18	2
24	24/09/18	2
25	25/09/18	2
26	26/09/18	2
27	28/09/18	2
28	28/09/18	2
29	29/09/18	2
30	30/09/18	2

Se realizó la encuesta con los formularios google, cada vez que se finaliza la entrega de un pedido se le pide al servicio que llene esta encuesta vía online enviando el link por correo obteniendo resultados por los 60 servicios prestado en el mes.

La encuesta se divide en las 5 dimensiones anterior mente mencionadas, cada dimensión tiene entre 1 a 5 preguntas, donde se calificó.

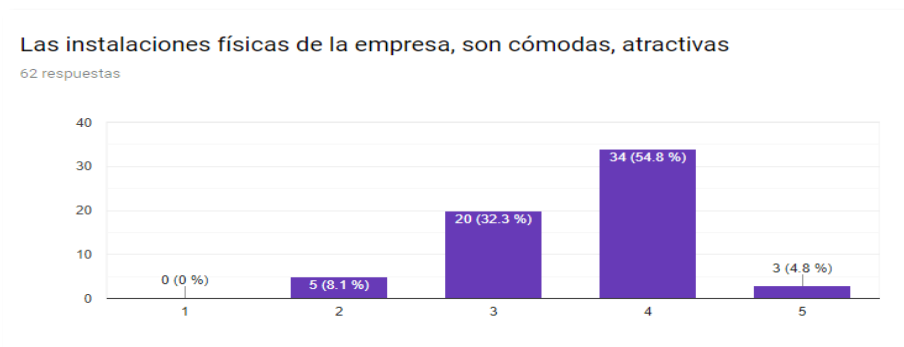
Se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 8: Respuesta de la pregunta Nª 1 – Pre Test



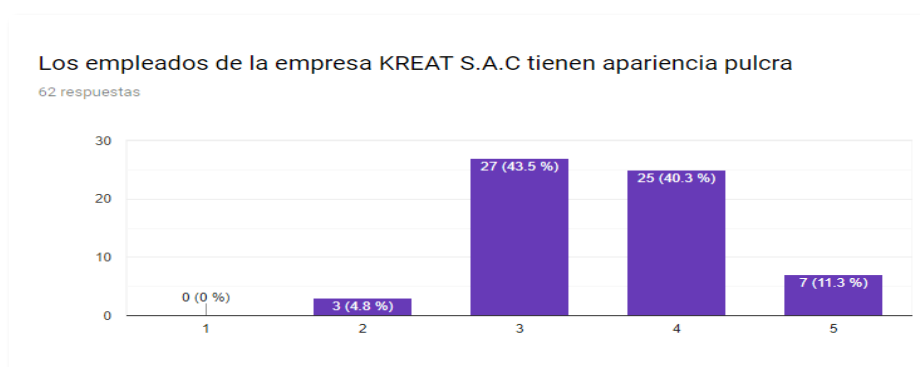
De los 60 servicios atendidos, 31 servicios (50%) afirmaron a la empresa afirmando que los aspectos de los equipos son modernos, esto quiere decir que ellos están de acuerdo con el aspecto de los equipos observados.

Figura 9: Respuesta de la pregunta Nª 2 – Pre Test



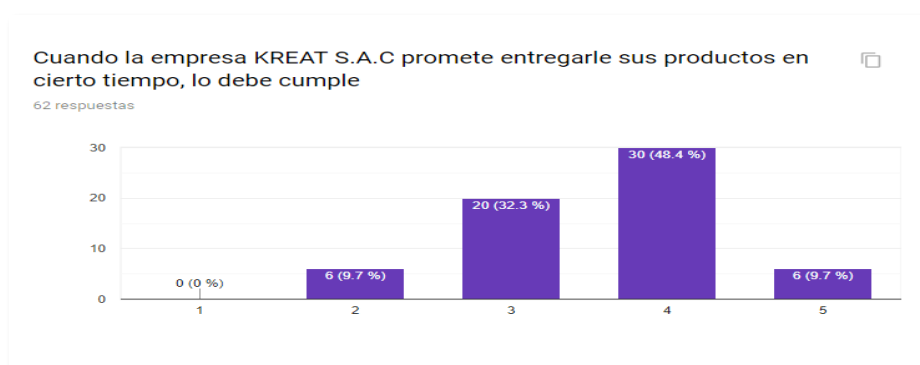
De los 60 servicios, 34 servicios (54.8%) afirmaron a la empresa afirmando que los que las instalaciones físicas de la empresa son cómodas.

Figura 10: Respuesta de la Pregunta N° 3 – Pre Test



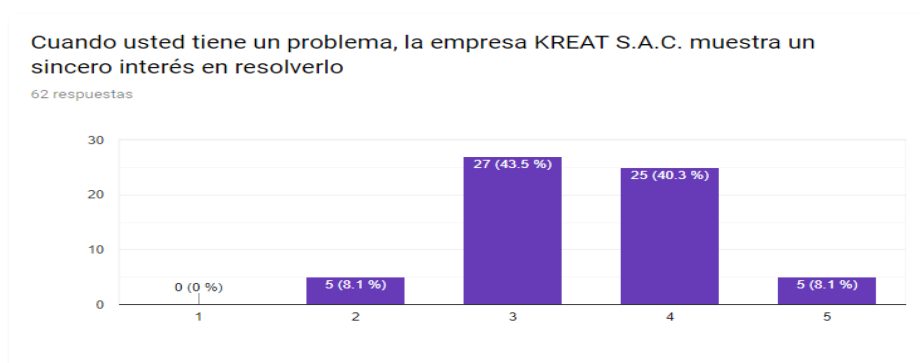
De los 60 servicios, 27 servicios (43.5. %) afirmaron a la empresa afirmando que los aspectos de los empleados de la empresa tienen apariencia de pulcritud.

Figura 11: Respuesta de la Pregunta N° 4 – Pre Test



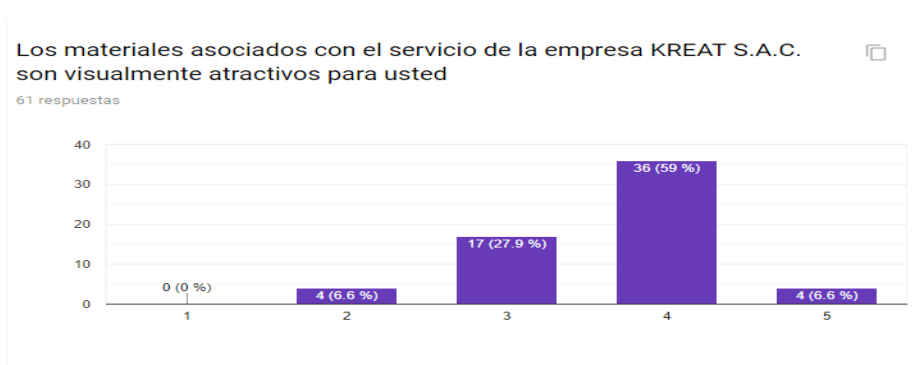
De los 60 servicios, los 30 servicios (48.4 %) afirmaron a la empresa afirmando que los aspectos de los empleados de la empresa tienen apariencia de pulcritud.

Figura 12: Respuesta de la Pregunta N° 5 – Pre Test



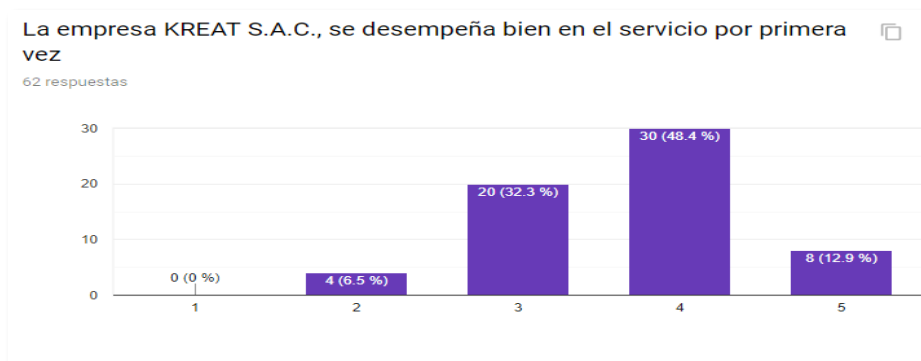
De los 60 servicios, los 27 servicios (48.4 %) afirmaron que la empresa tiene interés en resolver el problema.

Figura 13: Respuesta de la Pregunta N° 6 – Pre Test



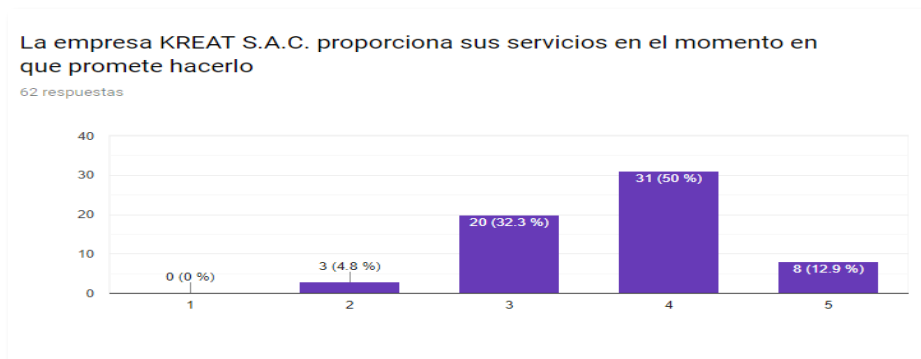
De los 60 servicios, los 36 servicios (59 %) afirmaron que la empresa tiene materiales atractivos asociados con el servicio brindado.

Figura 14: Respuesta de la Pregunta N° 7 – Pre Test



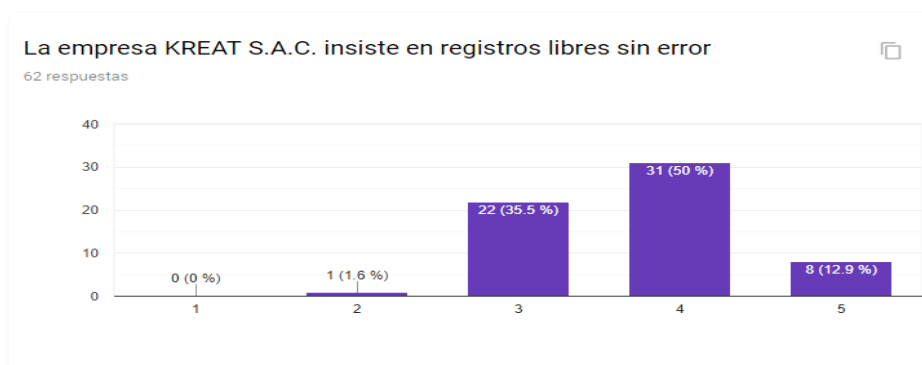
De los 60 servicios, los 36 servicios (48.4 %) afirmaron que la empresa se desempeña bien en el servicio por primera vez.

Figura 15: Respuesta de la Pregunta N° 8 – Pre Test



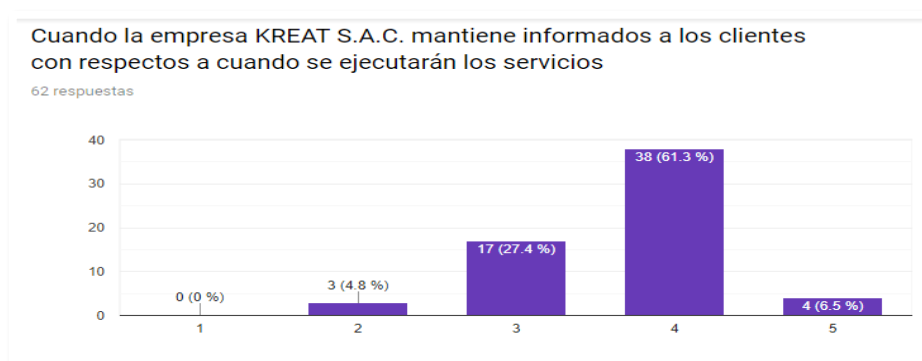
De los 60 servicios, los 31 servicios (50 %) afirmaron que la empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.

Figura 16: Resultados de la Pregunta N° 9 – Pre Test



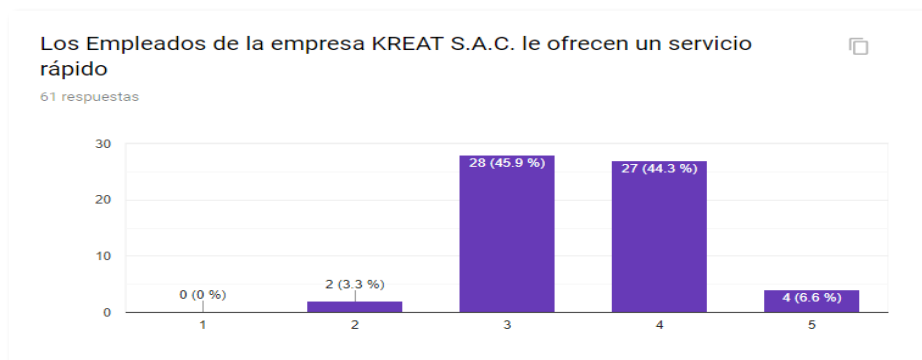
De los 60 servicios, los 31 servicios (50 %) afirmaron que la empresa insiste en registros libre sin errores.

Figura 17: Resultados de la Pregunta N° 10 – Pre Test



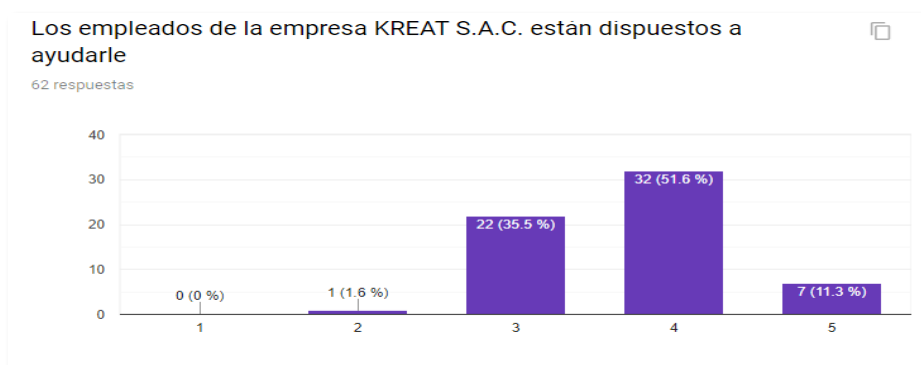
De los 60 servicios, los 36 servicios (59 %) afirmaron que la empresa tiene materiales atractivos asociados con el servicio brindado.

Figura 18: Resultados de la Pregunta N° 11 – Pre Test



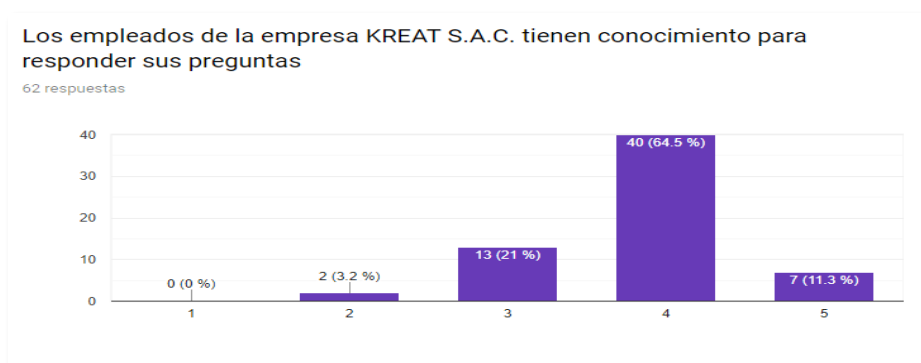
De los 60 servicios, los 28 servicios (45 %) afirmaron que la empresa tiene empleados de la empresa que ofrecen un servicio rápido.

Figura 19: Resultados de la Pregunta N° 12 – Pre Test



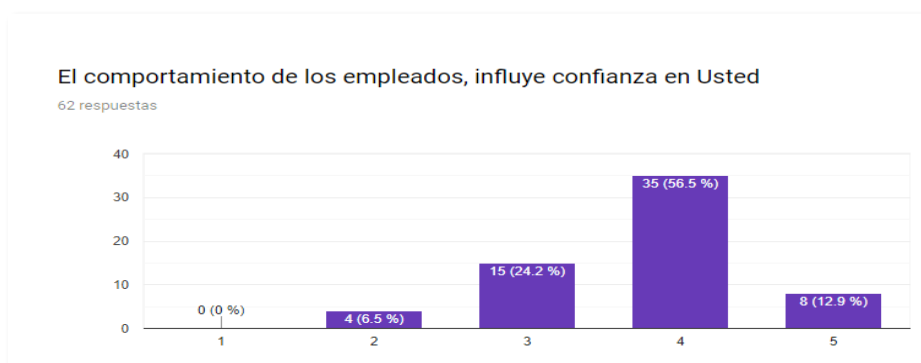
De los 60 servicios, los 32 servicios (51 %) afirmaron que la empresa tiene empleados están dispuestos a ayudarle.

Figura 20: Resultados de la Pregunta N° 13 – Pre Test



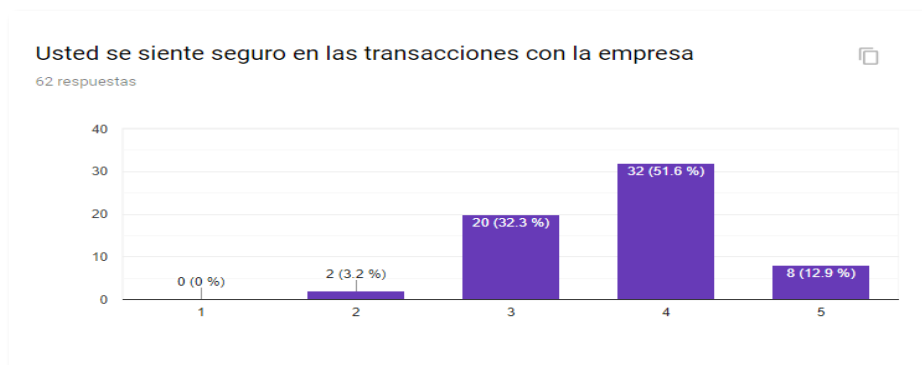
De los 60 servicios, los 40 servicios (64.5 %) afirmaron que la empresa tiene conocimiento para responder a sus preguntas.

Figura 21: Resultados de la Pregunta N° 14 – Pre Test



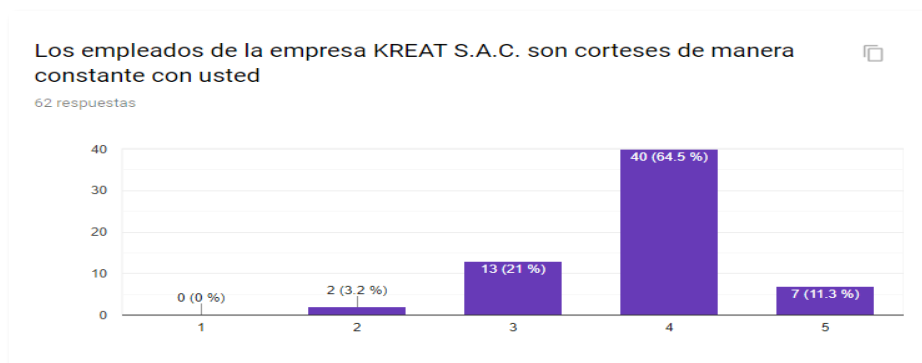
De los 60 servicios, los 36 servicios (56.5 %) afirmaron que el comportamiento de los empleados influye en su confianza.

Figura 22: Resultados de la Pregunta N° 15 – Pre Test



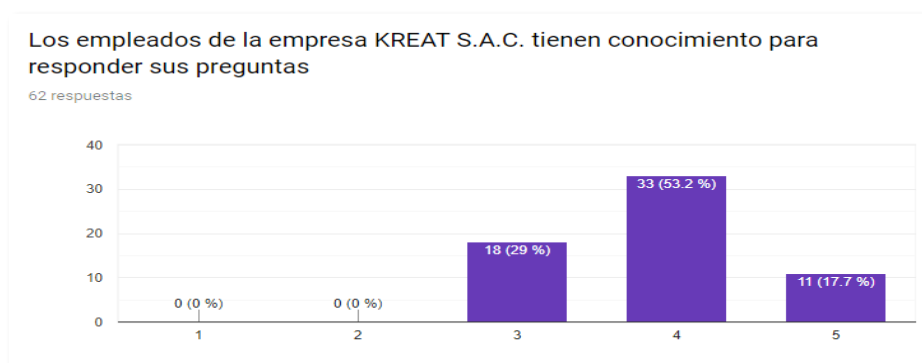
De los 60 servicios, los 32 servicios (51 %) afirmaron que la empresa confianza en sus depósitos o transferencias bancarias.

Figura 23: Resultados de la Pregunta N° 16 – Pre Test



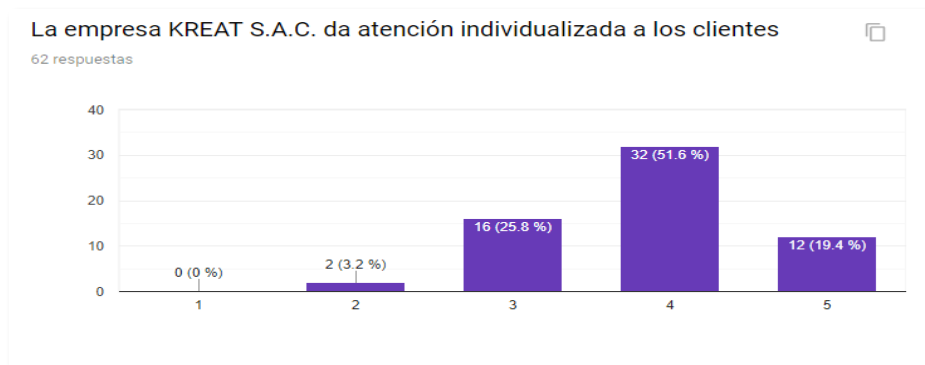
De los 60 servicios, los 40 servicios (64.5 %) afirmaron que la empresa tiene empleados que son corteses de manera constante con ello.

Figura 24: Resultados de la Pregunta N° 17 – Pre Test



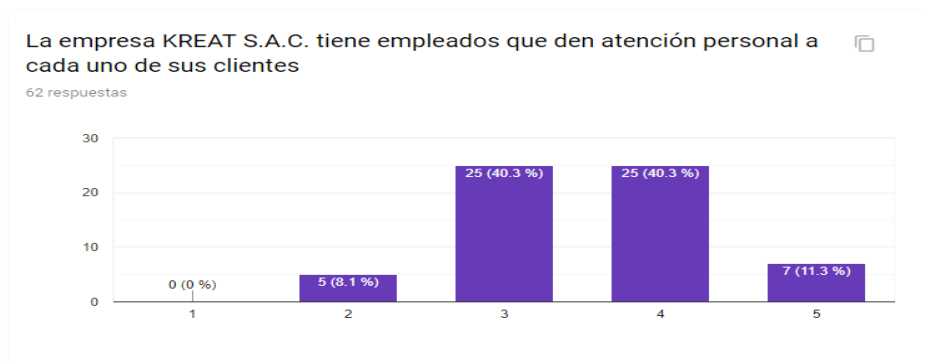
De los 60 servicios, los 33 servicios (55 %) afirmaron que la empresa tiene conocimientos para responder sus dudas.

Figura 25: Resultados de la Pregunta N° 18 – Pre Test



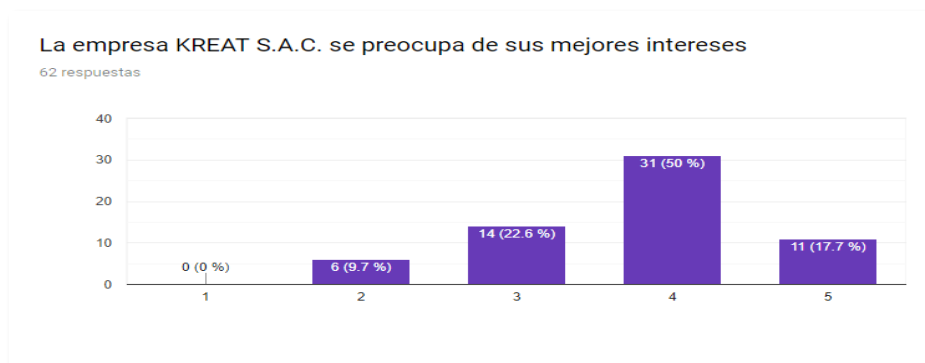
De los 60 servicios, los 32 servicios (51.6%) afirmaron que la empresa da una atención individualizada.

Figura 26: Resultados de la Pregunta N° 19 – Pre Test



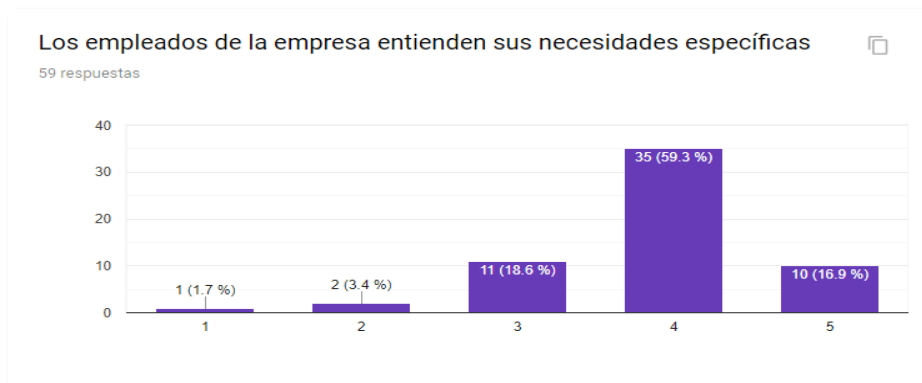
De los 60 servicios, los 25 servicios (40 %) afirmaron que la empresa tiene empleados que dan atención personalizada a su servicio.

Figura 27: Resultados de la Pregunta N° 20 – Pre Test



De los 60 servicios, los 31 servicios (50%) afirmaron que la empresa tiene materiales atractivos asociados con el servicio brindado.

Figura 28: Resultados de la Pregunta N° 21 – Pre Test



De los 60 servicios, los 35 servicios (59.3 %) afirmaron que la empresa atiende a sus necesidades específicas.

Se tomaron los datos de cada encuesta de cada índice siendo estos los resultados:

Tabla 11: Índice de Evidencia Física Pre – Test

DIMENSIÓN DE EVIDENCIA FÍSICA PRE- TEST				
$INDICE\ DE\ EVIDENCIA\ FISICA = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$				2.85
N° DE ENCUESTA	PREGUNTA N° 1	PREGUNTA N° 2	PREGUNTA N° 3	PREGUNTA N° 4
1	4	3	4	5
2	3	3	3	4
3	1	2	2	2
4	4	3	4	4
5	3	4	3	3
6	4	4	2	4
7	4	4	3	4
8	3	4	3	4
9	5	4	3	4
10	5	4	4	4
11	4	3	3	4
12	3	4	3	4
13	4	3	4	4
14	4	2	3	2
15	4	3	4	4
16	2	3	3	3
17	4	3	3	3
18	3	2	3	2
19	3	4	4	3
20	2	3	3	2
21	4	3	4	4
22	3	2	3	3
23	2	3	3	3
24	4	3	2	3
25	4	4	4	3
26	4	4	3	3
27	2	3	3	3
28	3	4	3	3
29	3	2	3	3
30	4	3	4	4
31	4	3	4	4
32	4	4	3	3
33	3	4	4	4
34	3	3	3	3
35	4	4	3	4
36	3	4	4	4
37	4	4	4	4
38	5	4	4	4
39	4	4	4	4
40	3	4	5	5
41	2	3	3	4
42	4	4	4	4
43	3	4	4	4
44	3	4	4	3
45	3	3	4	4
46	4	3	4	4
47	4	4	4	4
48	4	4	3	4
49	4	4	4	4
50	5	5	5	5
51	5	4	4	4
52	4	4	3	4
53	4	4	5	4
54	4	4	4	0
55	5	4	5	4
56	4	4	3	3
57	2	4	3	3
58	4	4	5	4
59	5	5	5	5
60	4	3	3	4
	3.6	3.533333333	3.55	3.583333333

Tabla 12: Índice de Fiabilidad Pre – Test

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD PRE-TEST					
$INDICE\ FIABILIDAD = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$				3.61	
Nº DE ENCUESTA	PREGUNTA Nº 1	PREGUNTA Nº 2	PREGUNTA Nº 3	PREGUNTA Nº 4	PREGUNTA Nº 5
1	3	4	5	4	4
2	4	3	4	4	4
3	4	2	3	2	3
4	4	3	4	4	4
5	3	3	3	3	3
6	4	3	3	4	4
7	4	4	5	4	4
8	2	3	2	3	3
9	4	3	4	4	4
10	3	4	4	4	4
11	4	4	2	3	3
12	2	3	2	2	3
13	3	2	3	3	3
14	3	3	3	4	4
15	4	3	4	4	4
16	2	3	3	3	3
17	3	4	3	4	4
18	3	3	3	3	3
19	3	3	4	4	4
20	3	3	2	3	3
21	4	4	4	4	4
22	3	2	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	3	2	3	3	2
25	3	4	3	3	3
26	2	3	3	3	3
27	3	3	4	4	3
28	2	3	3	2	3
29	3	4	4	4	4
30	4	5	5	4	4
31	4	3	4	4	3
32	2	2	3	3	3
33	3	5	4	4	4
34	3	3	4	3	3
35	4	3	4	3	4
36	4	4	4	3	4
37	3	4	4	3	3
38	4	4	4	5	3
39	5	5	5	5	5
40	3	3	3	3	4
41	4	4	4	4	4
42	3	4	3	4	4
43	4	3	3	3	3
44	4	4	3	4	3
45	4	4	5	5	5
46	4	4	4	4	4
47	4	3	4	4	4
48	5	4	4	5	5
49	4	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4
51	4	4	5	4	5
52	4	3	4	4	4
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	5	4
55	4	4	4	4	4
56	4	4	4	3	4
57	4	3	4	4	4
58	5	4	5	5	5
59	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4
	3.53333333	3.46666667	3.68333333	3.68333333	3.7

Tabla 13: Índice de Capacidad de Respuesta Pre – Test

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA PRE-TEST				
$INDICE\ DE\ CAPACIDAD\ DE\ RESPUESTA = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$			2.94	
N° DE ENCUESTA	PREGUNTA N° 1	PREGUNTA N° 2	PREGUNTA N° 3	PREGUNTA N° 4
1	3	3	4	4
2	5	3	5	4
3	4	3	4	3
4	4	4	3	4
5	3	4	4	3
6	4	4	4	4
7	4	4	3	4
8	3	4	3	4
9	4	4	4	4
10	4	3	4	4
11	3	4	4	4
12	3	2	3	3
13	3	3	4	4
14	4	3	4	4
15	3	3	2	3
16	2	4	4	4
17	4	3	4	4
18	3	4	4	4
19	4	3	4	4
20	3	3	4	4
21	4	4	4	3
22	3	4	3	2
23	4	3	3	3
24	2	2	3	2
25	4	3	3	4
26	3	4	3	4
27	3	3	3	3
28	2	3	3	3
29	4	4	3	3
30	4	4	3	3
31	4	4	3	4
32	3	3	3	4
33	4	3	3	4
34	4	3	3	3
35	4	3	3	4
36	4	4	4	4
37	4	3	3	3
38	4	4	5	4
39	5	5	5	5
40	3	3	4	4
41	4	3	4	4
42	4	4	4	4
43	4	3	3	3
44	4	3	4	4
45	5	5	5	5
46	4	4	4	4
47	4	4	3	4
48	4	4	4	4
49	4	3	4	4
50	4	5	5	5
51	4	4	4	4
52	3	4	4	4
53	4	3	4	4
54	4	3	3	4
55	3	4	4	4
56	4	4	4	4
57	3	4	4	4
58	4	4	4	5
59	4	4	4	5
60	4	4	4	4
	3.66666667	3.55	3.68333333	3.8

Tabla 14: Índice de Seguridad Pre – Test

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD PRE-TEST				
$INDICE\ DE\ CAPACIDAD\ DE\ SEGURIDAD = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100 \%$				3.0
Nº DE ENCUESTA	PREGUNTA Nº 1	PREGUNTA Nº 2	PREGUNTA Nº 3	PREGUNTA Nº 4
1	4	5	4	5
2	4	5	4	5
3	3	2	3	3
4	5	5	5	5
5	4	4	4	3
6	5	5	3	4
7	4	5	5	5
8	4	4	4	4
9	3	5	4	4
10	4	4	3	3
11	3	3	4	4
12	3	3	2	3
13	2	3	3	3
14	3	3	4	4
15	3	3	4	4
16	3	3	4	3
17	4	4	4	4
18	2	3	3	4
19	4	4	3	4
20	4	4	4	4
21	3	3	4	4
22	4	4	4	4
23	4	3	4	3
24	4	3	3	3
25	3	4	3	3
26	2	3	4	4
27	4	4	4	4
28	3	2	3	3
29	5	4	4	4
30	4	4	2	3
31	4	3	4	4
32	2	3	3	3
33	4	3	4	4
34	4	3	4	3
35	4	3	4	4
36	4	4	4	3
37	3	4	3	3
38	5	5	5	5
39	4	4	5	5
40	3	4	3	3
41	4	4	4	4
42	4	3	4	3
43	4	4	3	3
44	3	4	4	4
45	5	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	3	4	4
48	4	4	4	4
49	5	4	5	4
50	5	4	4	5
51	4	3	4	4
52	4	3	4	4
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	4	4	4	4
56	3	4	4	4
57	3	4	4	4
58	4	4	4	5
59	4	4	4	4
60	4	4	4	5
	3.73333333	3.71666667	3.8	3.85

Tabla 15: Índice de Empatía Pre – Test

EMPATÍA PRE – TEST				
$INDICE\ DE\ CAPACIDAD\ DE\ EMPATIA = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ \%$				2.98
Nº DE ENCUESTA	PREGUNTA Nº 1	PREGUNTA Nº 2	PREGUNTA Nº 3	PREGUNTA Nº 4
1	4	3	4	4
2	5	4	4	5
3	3	3	3	3
4	5	2	2	1
5	4	4	4	4
6	3	4	4	4
7	4	4	4	5
8	5	4	4	4
9	4	4	5	4
10	3	2	2	2
11	4	4	4	4
12	3	3	3	3
13	3	3	2	4
14	4	3	4	4
15	2	3	4	4
16	3	4	4	4
17	3	3	2	3
18	5	3	4	3
19	4	4	4	4
20	4	4	3	4
21	3	3	2	3
22	4	3	3	4
23	3	4	3	4
24	2	3	3	2
25	3	3	3	3
26	4	3	4	4
27	3	4	4	5
28	4	2	3	3
29	4	3	3	4
30	4	5	2	3
31	4	3	4	4
32	3	2	3	3
33	3	4	3	4
34	4	3	3	4
35	3	3	4	4
36	4	3	4	4
37	4	2	3	3
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	4	4	4	4
41	4	3	4	4
42	4	4	3	4
43	4	3	4	3
44	3	4	4	4
45	5	4	4	4
46	4	3	4	4
47	4	3	4	4
48	5	4	4	4
49	4	4	5	5
50	4	4	5	5
51	4	3	4	4
52	4	5	5	5
53	5	5	5	5
54	5	4	5	4
55	4	3	5	4
56	4	3	4	4
57	3	4	4	4
58	4	4	4	4
59	4	4	4	4
60	4	4	4	4
	3.83333333	3.5	3.71666667	3.85

2.7.2 Propuesta de mejora

Se decide aplicar de la gestión de compras, debido a la baja calidad que la empresa evidencia. Las evidentes dificultades que los proveedores al entregar los pedidos, conlleva a una incorrecta gestión de compras, esto afectaría en la elaboración del producto, y a su vez disminuye la calidad de servicio, como también la rentabilidad de la empresa.

Se realizó la formulación de los indicadores de acuerdo a la deficiencia de los proveedores en este caso son entrega de pedidos a tiempo y cantidad de pedidos generados, estos están expresados en registros, obteniendo resultados los cuales posteriormente se interpretan.

Así mismo, se identificó la calidad de servicio, esta mide lo que los clientes esperan de la organización mediante el modelo SERVQUAL, que nos permite establecer, procesar e interpretar la base de datos resultante de cada servicio brindado.

El equipo encargado de la Gestión de compras está reflejado en la siguiente tabla, la ejecución se realizó en 8 semanas.

Tabla 16: Equipo encargado de la Gestión

NOMBRE	CARGO	DESEMPEÑO
Nancy Fernández	Líder	Determinar el proceso de la aplicación de la gestión de la gestión de compras.
Mary Ángeles	Coordinador de ventas	Verifica que todo lo planificado se esté desarrollando de manera correcta y eficiente.
Gisela Avelino	Asistente	Documentación y comunicación que se necesiten durante el proceso de ejecución.

Fuente: Elaboración Propia

Se realizó un cronograma de cada actividad que se realizara en la implementación.

2.7.2.1. Cronograma de Actividades del Proyecto

ÍTEM	ACTIVIDAD	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Análisis de la situación de la empresa																																				
2	Identificación de problema principal																																				
3	Análisis de causa																																				
4	Propuesta de Herramientas de solución																																				
5	Elaboración del Diagrama de flujo																																				
6	Toma de datos de la situación actual																																				
7	Propuesta de Herramientas de solución																																				
8	Validación de instrumentos																																				
9	Identificación de la necesidad realizada																																				
10	Búsqueda de Proveedores																																				
11	Evaluación de proveedores																																				
12	Selección de proveedores																																				
13	Negociación de proveedores																																				
14	Seguimiento y control de pedidos																																				
15	Toma de datos de la situación mejorada																																				
16	Análisis Económico Financiero																																				
17	Resultados																																				
18	Discusión, conclusión, recomendaciones																																				

2.7.3 Implementación de la Propuesta

Se procede a realizar la implementación de la gestión de compras, para ellos es necesario analizar cada paso durante la mejor, para así evitar errores en su implementación.

2.7.3.1 Implementación de la Gestión de Compras.

Para la implementación de la Gestión de Compras es necesario lograr la participación de todas las áreas de la organización, para que estas reconozcan correctamente las operaciones y actividades que van ligadas al proceso.

Asimismo, para que la implementación sea correcta se procedió con el desarrollo de los 6 etapas correspondientes a este método; según Araujo, Vaney (2017) en su tesis titulada “Aplicación de la gestión de compras para la mejora de la productividad de la pastelería piero’s”.

2.7.3.1.1 Paso 1: Identificación de la necesidad realizada

Se identificó el requerimiento con el área de producción. Seguidamente, el jefe de compras acepta el requerimiento, firma dicha ficha ambas personas a cargo cada área encargada.

Figura 29: Ficha de requerimiento

REQUERIMIENTO DEL PEDIDO			
MES:			
SEMANA:			
FECHA:			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FECHA DE ENTREGA	HORA DE ENTREGA
OBSERVACIONES:			

Jefe de Producción

Jefe de Compras

Fuente: Elaboración Propia

2.7.3.1.2 Paso 2: Búsqueda de proveedores

Los encargados de realizar la búsqueda de proveedores capaces de poder abastecer y cumplir con las restricciones que la empresa Kreat S.A.C. para ello, se preparó una ficha para determinar que proveedores brindaron la información requerida.

Tabla 17: Proveedores

PROVEEDORES DE ARTÍCULOS			
INFORMACIÓN RELEVANTE DE OTRAS EMPRESAS COMPRADORAS	CHIPER	E&F	GLOBAL
PRECIO DE SUS PRODUCTOS	X	X	X
EXPERIENCIA EN EL MERCADO	X	X	X
PRESENTACIONES DE SUS PRODUCTOS	X	X	X
OFERTAS QUE OFRECEN	X	X	X
GARANTÍAS NECESARIAS	X	X	X
PRODUCTOS NACIONALES O IMPORTADOS	X	X	X

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°8 se visualiza que todos los proveedores brindaron la información requerida. Esta actividad se realizó con el objetivo de tomar una decisión, y una vez obtenida dicha información se puede analizar y dar paso a la siguiente fase.

2.7.3.1.3 Paso 3: Evaluación de Proveedores

Seguidamente se evaluó a los proveedores, para lo que se utilizó una ficha de evaluación en la que se consideraron 5 factores importantes para cada uno de proveedor de la materia prima, calificados por una puntuación del 1-10 donde: 1-3 fue considerado Malo, 3-5 considerado regular, 5-7 considerado bueno y 7-10 muy bueno.

Tabla 18: Evaluación de Proveedores

ASPECTOS A EVALUAR				
PROVEEDORES	CHIPER	GLOBAL	E&F	PUNTUACIÓN
REPUTACIÓN DE LA EMPRESA	7	5	9	1-3 MALA
CALIDAD DEL PRODUCTO	6	5	8	3-5 CONSIDERADO REGULAR
FIABILIDAD	4	7	9	5-7 BUENO
EXPERIENCIA EN EL MERCADO	7	6	9	7-10 MUY BUENO
	24	23	35	

Se realiza el análisis de evaluación de los proveedores, se consideran los proveedores que tienen mayor puntaje, como se observa en la Tabla N° 18 la mejor opción es E&F.

La evaluación se debe aplicar siempre, ya que el objetivo es obtener una cartera de proveedores eficientes para dar resultados positivos en la calidad de servicio.

2.7.3.1.4 Paso 4: Selección de proveedores

En esta fase el personal encargado en realizar las fichas con los principales criterios y valorización para la selección. El objetivo de la selección de proveedores, es asegurar que el proveedor cumpla con los estándares de calidad establecidos por la empresa, en relación a materia prima, precio, calidad, tiempo de entrega, entre otros.

Tabla 19: Selección de Proveedores

ASPECTOS A EVALUAR				
PROVEEDORES	CHIPER	GLOBAL	E&F	PUNTUACIÓN
CALIDAD DE PRODUCTOS	2	2	3	3=ALTA
PRECIO DE PRODUCTOS	3	2	2	2=MEDIA
FORMAS DE PAGO				1=BAJA
DESCUENTO POR VOLUMEN	3	3	3	
ENTREGA EN EL TIEMPO EN EL ESTABLECIDO	2	2	2	
PLAZO DE ENTREGA	3	3	3	
GARANTÍAS	2	3	3	
	15	15	16	

Fuente: Elaboración propia

Al disponer de personal a cargo de la recolección de información para cada criterio, se obtuvieron una puntuación de :

3: alta

2: media

1: baja

2.7.3.1.5 Paso 5: Negociación de proveedores

La negociación con los proveedores, en la cual se logró lo siguiente:

- Asegurar la distribución.
- Disponer de estándares de compra.
- Garantías del requerimiento de compra.
- Fija bases en relación de confianza con el proveedor.

Además, se tuvo en cuenta criterios necesarios en la negociación con los proveedores, para obtener una eficiente gestión de compras, observar la siguiente figura:

Figura 30: Objetivos a lograr en el proceso de negociación de la compra

OBJETIVOS A LOGRAR EN EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN DE LA COMPRA	
Precio	Precios justos en relación a los últimos presupuestos
Calidad	Minimizar los defectos en las entregas y la inspecciones en la entrega
Fiabilidad	Seguridad de que se disponga de productos sin fallos
Plazos	Disponer de un ciclo rápido de respuesta
Cumplimientos de plazo	La máxima flexibilidad posible
Condiciones de pagos	Conseguir condiciones de pago que beneficie a ambas partes.
Garantías	Seguridad total en suministro
Aspectos Administrativos	Facilidad de contacto con los proveedores y Visitas periódicas

Fuente: Elaboración Propia

Sin duda alguna accedió a realizar de la compra de materia prima. En la Figura N° 31 se puede observar un acta de reunión realizada y los criterios que se trataron.

Figura 31: Acta de reunión de negociación

ACTA DE REUNIÓN
ACT. N° 001
FECHA : LUNES 17 DE SEPTIEMBRE DEL 2018
ÁREA A CARGO :GESTIÓN DE COMPRAS
LUGAR:
OBJETIVO:
PARTICIPANTES
GERENTE GENERAL ADMINISTRADOR LÍDER DE LA GESTIÓN DE COMPRA COORDINADOR DE GESTIÓN DE COMPRA REPRESENTANTE DE E&F
CRITERIOS A TRATAR
PRECIO POR CANTIDAD DE COMPRA CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA ENTREGADA FIABILIDAD DE LA CANTIDAD COMPRADA PLAZO DE ENTREGA DE MATERIA PRIMA CUMPLIMIENTO DE PLAZO HORA Y FECHA INDICADA GARANTÍAS DE COMPRA ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Fuente: Elaboración Propia

En la Figura N° 35 después de realizar la reunión con los encargados de cada área, se hizo el compromiso de cumplir con todos los puntos tratados. Se estableció un modelo de orden de compras para usarlo en todas las compras que se realicen.

Figura 32: Proceso de compras

ORDEN DE COMPRA			
RAZÓN SOCIAL:			
DISTRITO:			
DIRECCIÓN:			
TELÉFONO:			
RUC:			
PEDIDOS DE MATERIA PRIMA			
N° DE ORDEN:		FECHA:	
REMITENTE DEL PEDIDO			
PROVEEDOR:			
DIRECCIÓN:			
CONDICIONES DE COMPRA			
PLAZO DE ENTREGA:		FECHA DE ENTREGA:	
LUGAR DE ENTREGA:			
FORMA DE PAGO:			
LUGAR DE ENVÍO:			
FORMA DE ENVÍO:			
OTRAS CONDICIONES:			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	PRECIO UN.	IMPORTE TOTAL

Fuente: Elaboración Propia

2.7.3.1.6 Paso 6: Seguimiento y control de pedidos

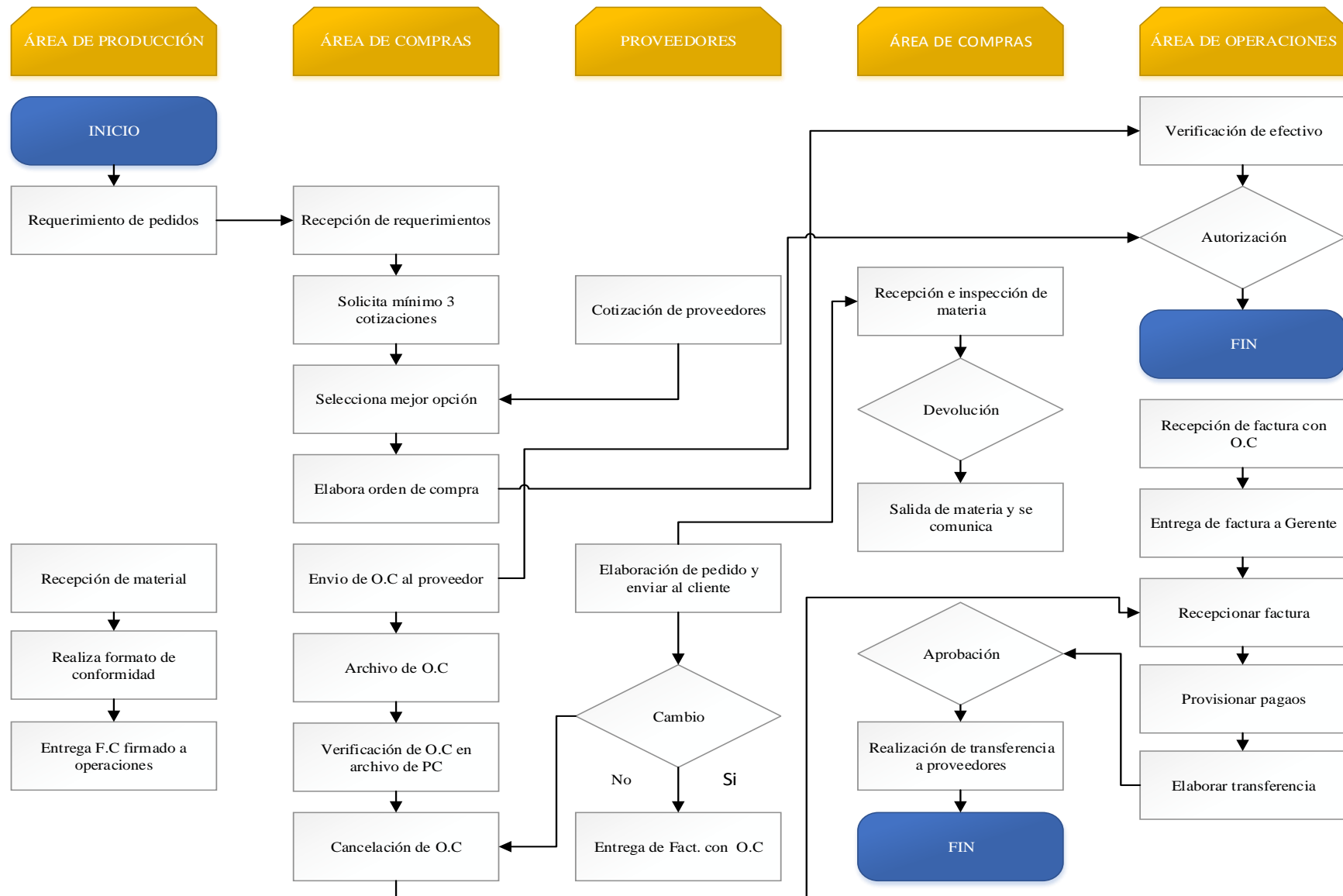
En esta fase se asignó una asistente al área de compras a la Srta. Zúñiga Quiroz Shessira quien se encargara de realizar el control y seguimiento de la mercancía, por lo cual, se encuentra en constante comunicación con los proveedores.

Tabla 20: Ficha de recepción de mercancía

RECEPCIÓN Y VERIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA		
Productos incluidos:		
CRITERIO DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO		
CRITERIO	ACEPTACIÓN	RECHAZO
CONDICIONES DE RECIBO Y ALMACENAMIENTO:		

Fuente: Elaboración Propia

Figura 33: Diagrama de Flujo después de la implementación



En el segundo diagrama de flujo de post test se puede observar un cambio significativo del proceso de compras, se ha dividido, asignado y reorganizado el proceso por cada área. Esto tomando en cuenta la elección de proveedores de acuerdo a calidad, tiempo, vinculando también las áreas de producción, área de compras, proveedores y a su vez área de operaciones.

2.7.4 Base de datos después de la implementación

2.7.4.1 Post Test – Gestión de Compras

Tabla 21: Datos de entregas de pedidos a tiempo de materia prima – Post Test

FECHA		N° DE SEMANAS	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO (UNID)	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA PROGRAMADA (UNID)	MATERIA PRIMA ENTREGA A TIEMPO / MATERIA PRIMA PROGRAMADA	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO
POST TEST	06/02/19–12/02/19	SEM 1	625	760	82%	80%
	13/02/19–19/02/19	SEM 2	610	760	80%	
	20/02/19 – 26/02/19	SEM 3	580	720	80%	
	27/02/19 – 02/03/19	SEM 4	571	700	81%	
	03/03/19 – 09/03/19	SEM 5	565	690	81%	
	10/03/19 – 16/03/19	SEM 6	560	705	79%	
	17/03/19 – 23/03/19	SEM 7	558	710	78%	
	24/03/19 – 30/03/19	SEM 8	553	700	79%	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22: Datos de calidad de pedidos generados de materia prima- Post Test

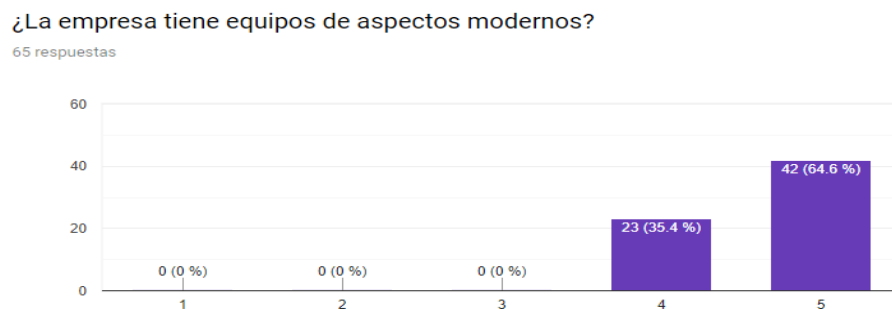
FECHA		N° DE SEMANAS	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA ENTREGADA A TIEMPO (UNID)	CANTIDAD DE MATERIA PRIMA PROGRAMADA (UNID)	MATERIA PRIMA ENTREGA A TIEMPO / MATERIA PRIMA PROGRAMADA	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO
PRETEST	06/02/19–12/02/19	SEM 1	628	760	83%	81%
	13/02/19–19/02/19	SEM 2	624	760	82%	
	20/02/19 – 26/02/19	SEM 3	616	720	86%	
	27/02/19 – 02/03/19	SEM 4	565	700	81%	
	03/03/19 – 09/03/19	SEM 5	558	690	81%	
	10/03/19 – 16/03/19	SEM 6	557	705	79%	
	17/03/19 – 23/03/19	SEM 7	555	710	78%	
	24/03/19 – 30/03/19	SEM 8	550	700	79%	

2.7.4.2 Post Test – Calidad de Servicio

Observando los resultados del pre test se observaron bastantes debilidades en la empresa, por esta razón se realizó la segunda implementación corrigiendo las falencias de acuerdo con los resultados del Modelo Servqual en el servicio de calidad. Se realizó una nueva encuesta con las mismas preguntas que se evaluarán en 65 nuevos servicios realizados por la empresa.

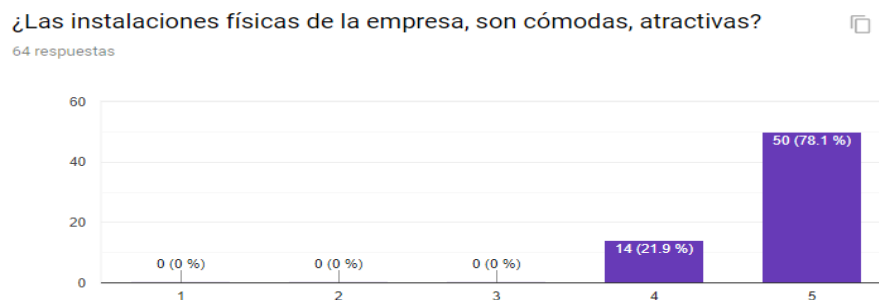
Los servicios evaluaron a nuestra empresa obteniendo los siguientes resultados:

Figura 34: Resultados de la Pregunta N° 1 – Post Test



De los 65 servicios ofrecidos, 42 de ellos (64.6%) afirmaron a la empresa que el aspecto de los equipos son modernos, esto quiere decir que ellos están de acuerdo con lo observado.

Figura 35: Resultados de la Pregunta N° 2 – Post Test

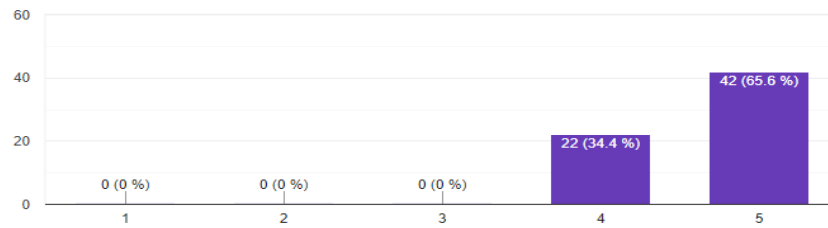


De los 65, 50 de ellos (78.1%) afirmaron a la empresa que las instalaciones físicas son cómodas.

Figura 36: Resultados de la Pregunta N° 3 – Post Test

¿Los empleados de la empresa KREAT S.A.C tienen apariencia pulcra?

64 respuestas

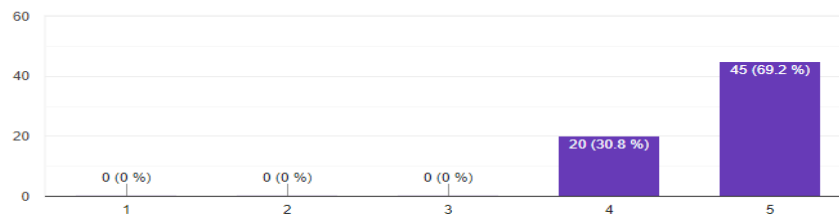


De los 65 servicios realizados, 42 de ellos (65.6%) afirmaron que los empleados tienen apariencia pulcra.

Figura 37: Resultados de la Pregunta N° 4 – Post Test

¿Los materiales asociados con el servicio de la empresa KREAT S.A.C. son visualmente atractivos para usted?

65 respuestas

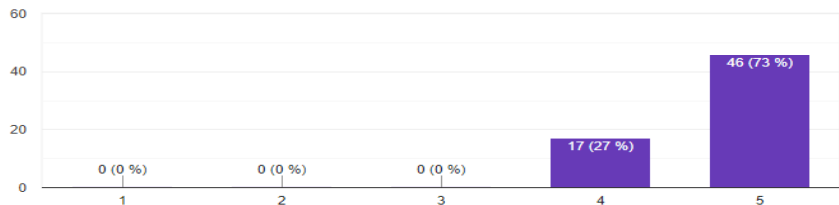


De los 65 servicios, 45 de ellos (69.2%) afirmaron que los materiales asociados con el producto de la empresa Kreat S.A.C. son visualmente atractivos.

Figura 38: Resultados de la Pregunta N° 5 – Post Test

¿Cuando la empresa KREAT S.A.C promete entregarle sus productos en cierto tiempo, lo debe cumple?

63 respuestas

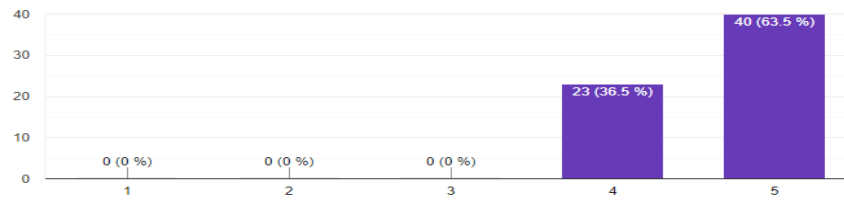


De los 65 servicios brindados, 46 servicios (73%) afirmaron que la empresa Kreat S.A.C. promete entregarle sus productos en un tiempo determinado.

Figura 39: Resultados de la Pregunta N° 6 – Post Test

¿Cuándo usted tiene un problema, la empresa KREAT S.A.C. muestra un sincero interés en resolverlo?

63 respuestas

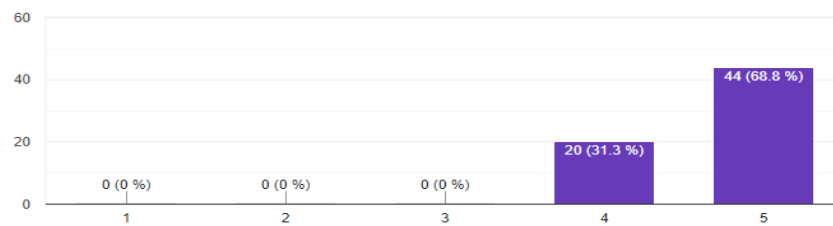


De los 60 servicios, 40 de ellos (63.5%) afirmaron que muestra un sincero interés en resolver los problemas presentados.

Figura 40: Resultados de la Pregunta N° 7 – Post Test

¿La empresa KREAT S.A.C., se desempeña bien en el servicio por primera vez?

64 respuestas

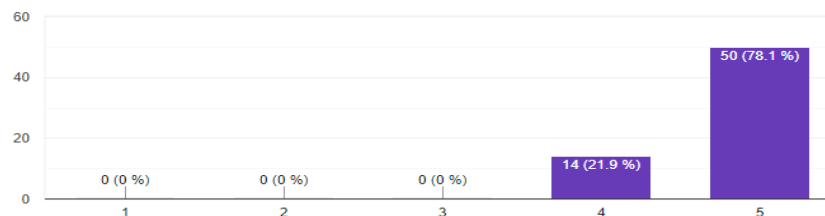


De los 65 servicios, 44 de ellos (68.8%) afirmaron que la empresa Kreat S.A.C se desempeña bien.

Figura 41: Resultados de la Pregunta N° 8 – Post Test

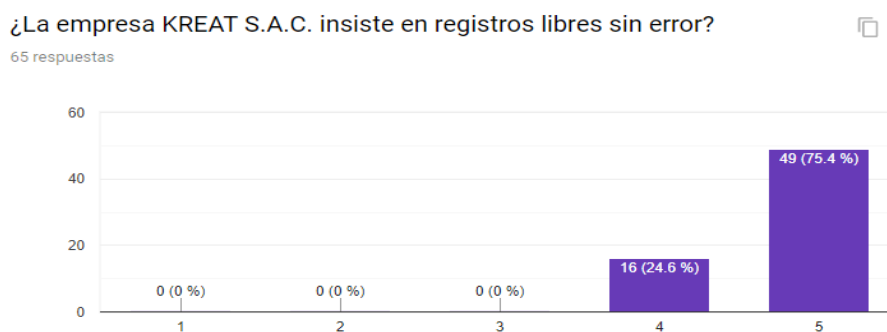
¿La empresa KREAT S.A.C. proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo?

64 respuestas



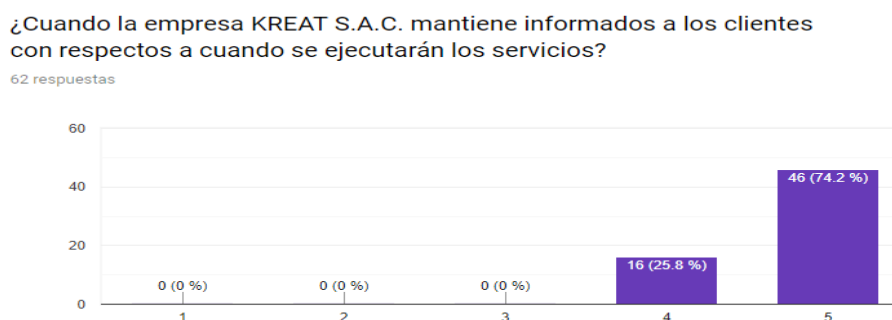
De los 65 servicios a ofrecidos, 50 de ellos (78.1%) afirmaron que la empresa proporciona el pedido en la fecha indicada.

Figura 42: Resultados de la Pregunta N° 9 – Post Test



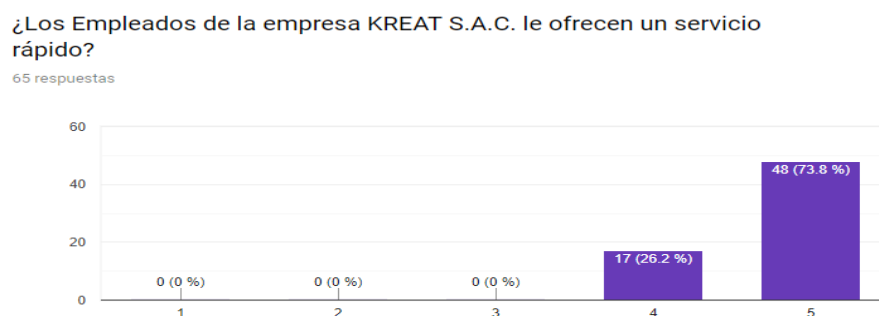
De los 65 servicios, 49 de ellos (75.4%) afirmaron que la empresa insiste en un registro libre sin errores.

Figura 43: Resultados de la Pregunta N° 10 – Post Test



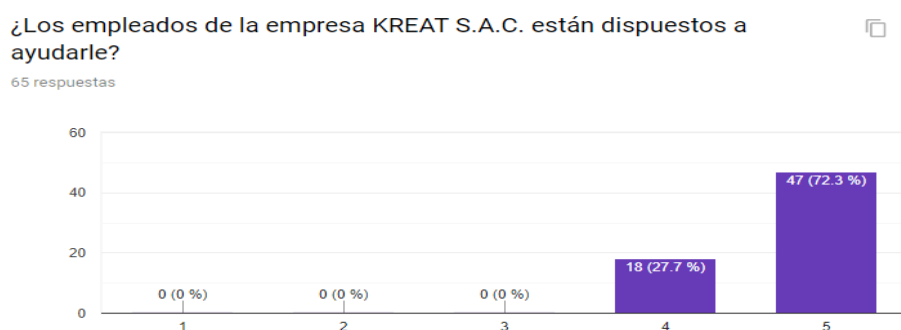
De los 65 servicios, 46 de ellos (74.2%) afirman que la empresa los mantiene informados con respecto a la ejecución de los mismos.

Figura 44: Resultados de la Pregunta N° 11 – Post Test



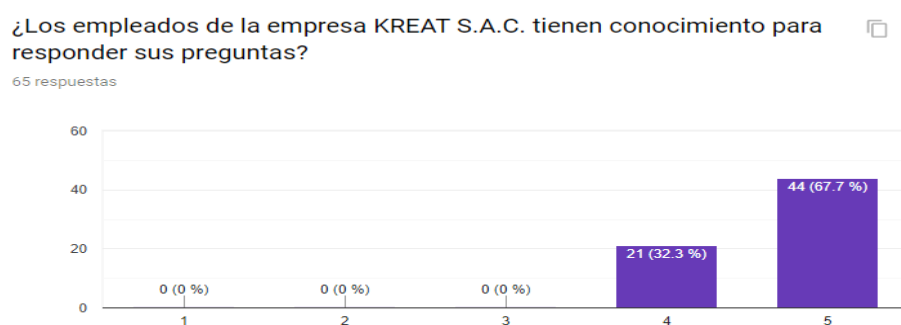
De los 65 servicios prestados, 48 de ellos (73.8%) afirman que se les ofrece un servicio rápido.

Figura 45: Resultados de la Pregunta Nª 12 – Post Test



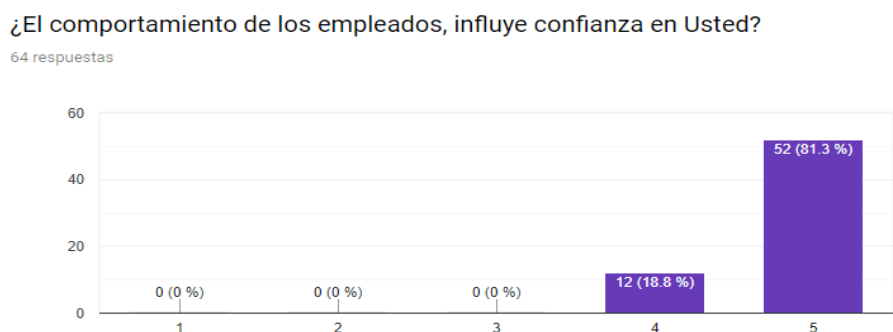
De los 65 servicios ofrecidos, 47 de ellos (72.3%) afirman que los empleados están dispuestos a ayudar.

Figura 46: Resultados de la Pregunta Nª 13 – Post Test



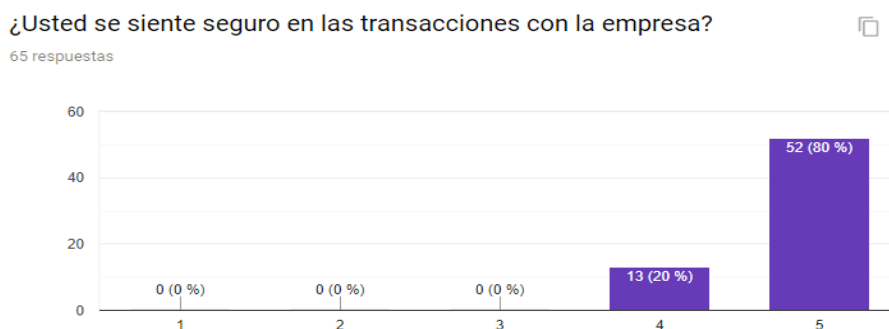
De los 65 servicios a los que se le ofreció los servicios, 44 de ellos (67.7%) afirman que los empleados de la empresa tienen facilidad para responder sus dudas.

Figura 47: Resultados de la Pregunta Nª 14 – Post Test



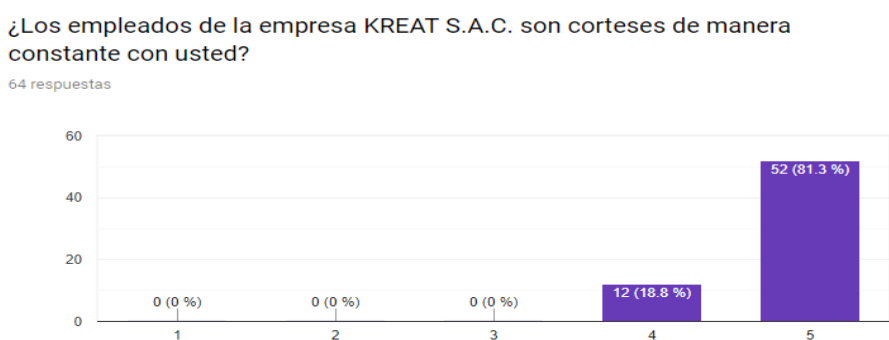
De los 65 servicios brindados, 52 servicios (81.3%) afirman que los empleados influyen confianza en usted.

Figura 48: Resultados de la Pregunta N° 15 – Post Test



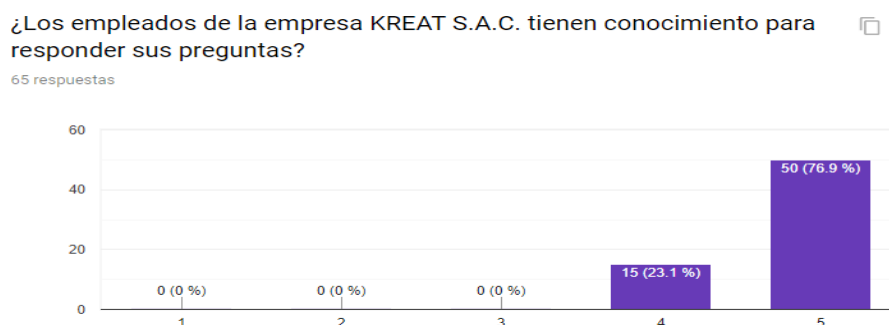
De los 65 servicios brindados, 52 servicios (80%) afirman que se sienten seguros con la empresa.

Figura 49: Resultados de la Pregunta N° 16 – Post Test



De los 65 servicios brindados, 52 servicios (81.3%) afirman que los empleados son corteses de manera constante.

Figura 50: Resultados de la Pregunta N° 17 – Post Test

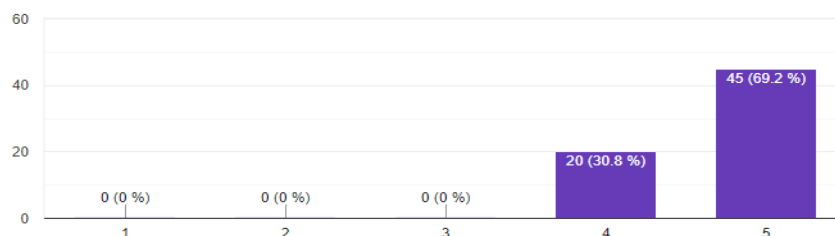


De los 65 servicios brindados, 50 servicios (76.9%) afirman que los empleados tienen conocimientos para responder preguntas.

Figura 51: Resultados de la Pregunta N° 18 – Post Test

¿La empresa KREAT S.A.C. da atención individualizada a los clientes?

65 respuestas

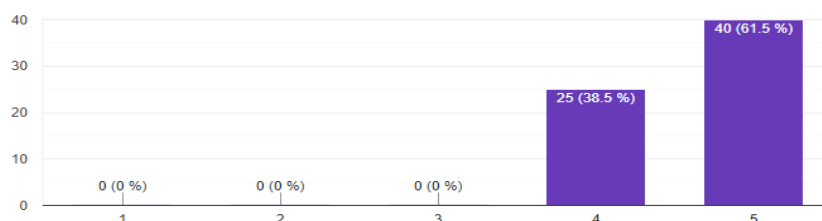


De los 65 servicios ofrecidos, 45 servicios (69.2%) afirman que los trabajadores que dan atención a cada servicio.

Figura 52: Resultados de la Pregunta N° 19 – Post Test

¿La empresa KREAT S.A.C. tiene empleados que den atención personal a cada uno de sus clientes?

65 respuestas

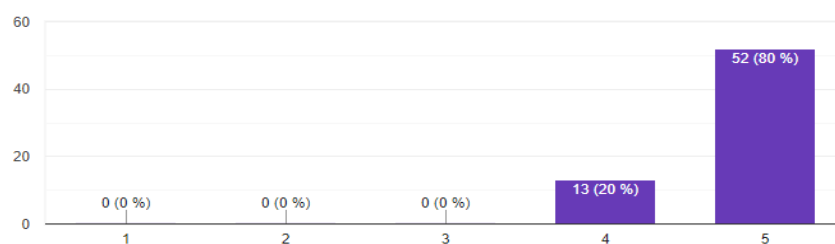


De los 65 servicios que se ofrecieron, 40 de ellos (61.5%) afirman que los trabajadores que dan atención a cada servicio.

Figura 53: Resultados de la Pregunta N° 20 – Post Test

¿La empresa KREAT S.A.C. se preocupa de sus mejores intereses?

65 respuestas



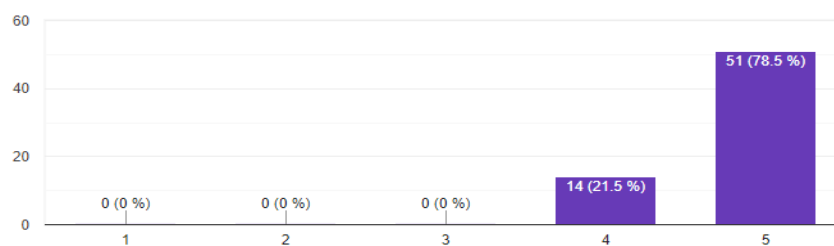
De los 65 servicios ofrecidos, 52 de ellos (80%) afirman que los trabajadores que dan atención a cada servicio.

Figura 54: Resultados de la Pregunta N° 21 – Post Test

Los empleados de la empresa entienden sus necesidades específicas



65 respuestas



De los 65 servicios que se ofrecieron, 51 de ellos (78.5%) afirman que los trabajadores que dan atención a cada servicio.

Tabla 23: Índice de Evidencia Física Post – Test

DIMENSIÓN DE EVIDENCIA FÍSICA POST-TEST				
$INDICE\ DE\ EVIDENCIA\ FISICA = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$				
			3.8	
Nº DE ENCUESTA	PREGUNTA Nº 1	PREGUNTA Nº 2	PREGUNTA Nº 3	PREGUNTA Nº 4
1	5	4	5	4
2	4	5	4	4
3	5	5	5	5
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
6	5	5	4	5
7	4	5	4	5
8	5	5	5	5
9	4	5	5	4
10	5	5	5	4
11	5	5	4	5
12	5	5	5	5
13	5	5	4	5
14	4	5	4	4
15	5	5	5	5
16	5	4	4	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	5	5	4
20	5	5	5	5
21	4	4	5	5
22	5	4	5	4
23	5	5	5	5
24	5	4	5	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	5	4	4	5
28	5	5	5	5
29	5	5	4	4
30	4	5	5	5
31	5	4	4	5
32	5	5	5	5
33	5	4	4	5
34	5	5	5	5
35	4	5	4	4
36	5	4	5	4
37	5	5	4	5
38	5	5	5	4
39	4	5	5	4
40	4	5	4	4
41	5	5	5	5
42	5	5	5	4
43	4	5	5	5
44	4	5	4	4
45	5	5	5	5
46	4	5	5	5
47	4	5	5	5
48	4	5	5	5
49	5	4	4	4
50	4	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	4	4	4	5
54	5	5	5	5
55	4	5	5	5
56	5	4	4	5
57	5	5	5	5
58	5	5	4	4
59	4	5	5	5
60	5	4	5	5
61	5	4	4	4
62	4	5	4	5
63	5	4	5	4
64	4	5	4	5
65	4	5	4	5
	4.64615385	4.76923077	4.64615385	4.69230769

Tabla 24: Índice de Fiabilidad Post – Test

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD POST-TEST					
$INDICE\ FIABILIDAD = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$				4.71	
N° DE ENCUESTA	PREGUNTA N° 1	PREGUNTA N° 2	PREGUNTA N° 3	PREGUNTA N° 4	PREGUNTA N° 5
1	4	5	4	5	5
2	5	5	4	4	5
3	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
6	4	5	4	4	5
7	4	5	5	5	4
8	5	5	5	5	5
9	5	4	5	5	5
10	5	4	4	4	5
11	4	5	4	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	5
14	4	5	5	4	5
15	5	5	5	5	5
16	5	4	5	5	4
17	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5
19	5	4	5	5	5
20	5	5	5	5	5
21	5	4	4	5	5
22	4	5	4	5	4
23	4	5	5	5	5
24	5	4	5	4	5
25	5	5	4	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	4	4	4
28	5	5	5	5	5
29	5	4	5	4	5
30	5	4	5	5	4
31	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5
33	4	4	5	5	5
34	5	5	5	5	5
35	5	5	4	4	5
36	4	4	5	4	5
37	5	5	5	5	5
38	4	5	5	4	4
39	4	4	5	5	4
40	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	5	5	5	4	4
43	5	5	5	5	5
44	5	4	4	5	5
45	5	5	5	5	5
46	5	4	5	5	4
47	4	4	4	5	5
48	4	4	4	5	5
49	5	5	4	5	4
50	5	4	4	5	5
51	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5
53	5	4	5	5	4
54	5	5	5	5	5
55	5	4	4	5	5
56	5	5	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	5	4	5	5	5
60	4	4	5	5	4
61	5	4	4	5	4
62	4	4	5	4	5
63	5	5	4	5	4
64	4	4	5	4	5
65	4	5	4	5	4
	4.72307692	4.63076923	4.67692308	4.78461538	4.75384615

Tabla 25: Índice de Capacidad de Respuesta Post – Test

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA POST-TEST				
$INDICE\ DE\ CAPACIDAD\ DE\ RESPUESTA = \frac{\sum Puntuación\ de\ los\ Items}{\sum Total\ de\ Dimensiones} * 100\ %$				
N° DE ENCUESTA	PREGUNTA N° 1	PREGUNTA N° 2	3.8	
			PREGUNTA N° 3	PREGUNTA N° 4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
6	5	4	5	5
7	4	5	5	4
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	5	4	5	5
11	4	5	5	4
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	5	5	4	4
15	5	5	5	5
16	5	4	4	4
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	5	5	4
20	4	5	5	5
21	4	5	4	5
22	5	5	4	5
23	5	5	5	5
24	4	4	4	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	5	4	5	5
28	5	5	5	5
29	5	5	4	5
30	4	5	4	5
31	5	5	5	5
32	5	5	5	5
33	4	4	5	5
34	5	5	5	5
35	5	4	5	4
36	5	4	4	4
37	5	5	5	5
38	5	5	5	4
39	4	4	5	4
40	5	5	5	4
41	5	5	5	5
42	4	5	5	5
43	5	4	4	5
44	4	5	4	4
45	5	4	4	4
46	5	5	4	4
47	5	4	4	5
48	5	4	4	5
49	4	5	5	4
50	4	5	5	4
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	4	5	5	4
54	5	5	5	5
55	4	5	5	4
56	5	5	5	5
57	5	5	5	5
58	5	4	5	5
59	5	4	4	4
60	4	5	5	5
61	4	5	4	5
62	4	5	4	5
63	4	5	4	5
64	5	4	5	4
65	5	4	5	4
	4.70769231	4.73846154	4.72307692	4.6769231

Tabla 26: Índice de Seguridad Post – Test

CAPACIDAD DE SEGURIDAD POST -TEST				
$INDICE DE CAPACIDAD DE SEGURIDAD = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100 \%$			3.8	
N° DE ENCUESTA	PREGUNTA N° 1	PREGUNTA N° 2	PREGUNTA N° 3	PREGUNTA N° 4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
6	4	4	5	5
7	4	5	5	5
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	5	5	5	4
11	5	5	5	5
12	5	5	5	5
13	4	5	5	4
14	5	5	4	4
15	5	4	5	5
16	5	5	5	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	5	4	5	4
20	5	5	5	5
21	5	4	5	5
22	5	5	5	4
23	5	5	5	5
24	5	5	4	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	4	4	5	5
28	5	5	5	5
29	4	4	4	5
30	5	5	4	5
31	5	5	5	5
32	5	5	5	5
33	5	4	5	4
34	5	5	5	5
35	5	5	5	4
36	5	4	5	5
37	4	5	5	5
38	5	4	5	5
39	5	5	4	5
40	4	5	4	4
41	5	5	5	5
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	5	4	4	5
45	4	5	5	5
46	5	5	4	4
47	5	5	5	4
48	5	5	5	4
49	5	4	5	4
50	4	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	5	5	4	5
54	5	5	5	5
55	4	5	5	5
56	5	5	5	5
57	5	5	5	5
58	5	5	4	5
59	5	5	5	5
60	5	5	5	5
61	4	5	4	5
62	4	5	4	5
63	4	5	5	4
64	5	4	4	5
65	5	4	5	4
	4.8	4.8	4.8	4.76923077

Tabla 27: Índice de Empatía Post – Test

CAPACIDAD DE EMPATÍA POST - TEST				
$INDICE DE CAPACIDAD DE EMPATIA = \frac{\sum Puntuación de los Items}{\sum Total de Dimensiones} * 100 \%$			3.78	
Nº DE ENCUESTA	PREGUNTA Nº 1	PREGUNTA Nº 2	PREGUNTA Nº 3	PREGUNTA Nº 4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
6	5	5	5	4
7	4	4	4	5
8	5	5	5	5
9	5	4	5	5
10	5	4	5	5
11	5	4	5	5
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	4	5	5	5
15	5	5	5	5
16	5	4	5	4
17	5	5	5	5
18	5	5	4	5
19	4	5	5	5
20	5	5	5	5
21	4	4	5	4
22	5	4	4	5
23	5	5	5	5
24	4	5	5	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	4	4	5	5
28	4	5	5	5
29	5	4	4	5
30	5	5	5	4
31	5	5	5	5
32	5	5	5	5
33	4	5	4	5
34	5	5	5	5
35	5	4	5	5
36	4	5	5	4
37	5	5	5	5
38	4	5	5	5
39	5	4	5	5
40	4	4	5	5
41	5	5	5	5
42	5	5	5	5
43	4	5	5	4
44	4	4	5	5
45	5	4	4	5
46	4	4	4	5
47	5	5	5	4
48	5	5	5	4
49	4	4	5	5
50	5	4	5	5
51	4	5	5	5
52	5	5	5	5
53	5	4	4	5
54	5	5	5	5
55	5	4	5	5
56	4	4	5	5
57	5	5	5	5
58	5	4	5	5
59	5	4	4	4
60	5	4	4	4
61	5	4	5	4
62	4	4	5	5
63	4	5	5	4
64	4	5	4	5
65	5	5	4	4
	4.69230769	4.61538462	4.8	4.78461538

Indicadores	Antes	Después
Elementos tangibles	0.07	0.09
Fiabilidad	0.18	0.24
Capacidad de respuesta	0.15	0.19
Seguridad	0.19	0.24
Empatía	0.15	0.19

2.7.5 Análisis Beneficio – Costo

Para hallar el beneficio que conlleva este proyecto se han necesitado la información de la empresa de los dos meses antes de aplicar la mejora y los dos meses después de implementada la mejora, siendo estos 60 servicios antes y 65 servicios después, se ha verificado cuanta ganancia se generó por servicio realizado antes y a su vez después.

Tabla 28: Ganancias Generadas antes y después de la implementación

N° DE SERVICIOS	GANANCIA	DEVOLUCIONES	GASTOS POR DEVOLUCIONES	N° DE SERVICIOS	GANANCIA	DEVOLUCIONES	GASTOS POR DEVOLUCIONES
1	S/. 250.00			1	S/. 130.00		
2	S/. 400.00			2	S/. 250.00		
3	S/. 600.00			3	S/. 590.00		
4	S/. 400.00			4	S/. 800.00		
5	S/. 150.00			5	S/. 200.00		
6	S/. 320.00			6	S/. 300.00		
7	S/. 130.00			7	S/. 500.00		
8	S/. 420.00			8	S/. 760.00		
9	S/. 220.00			9	S/. 500.00		
10	S/. 110.00			10	S/. 440.00		
11	S/. 50.00			11	S/. 200.00		
12	S/. 125.00			12	S/. 500.00		
13	S/. 85.00	1	S/. 45.00	13	S/. 400.00		
14	S/. 240.00			14	S/. 600.00		
15	S/. 145.00			15	S/. 400.00		
16	S/. 260.00			16	S/. 150.00		
17	S/. 350.00			17	S/. 320.00		
18	S/. 240.00			18	S/. 130.00		
19	S/. 160.00			19	S/. 420.00		
20	S/. 187.00			20	S/. 720.00		
21	S/. 345.00			21	S/. 510.00		
22	S/. 450.00			22	S/. 250.00		
23	S/. 280.00			23	S/. 125.00		
24	S/. 340.00			24	S/. 285.00		
25	S/. 450.00			25	S/. 240.00		
26	S/. 550.00			26	S/. 145.00		
27	S/. 300.00			27	S/. 260.00		
28	S/. 700.00			28	S/. 150.00		
29	S/. 290.00			29	S/. 240.00		
30	S/. 460.00			30	S/. 160.00		
31	S/. 200.00			31	S/. 187.00		
32	S/. 180.00			32	S/. 345.00		
33	S/. 200.00			33	S/. 450.00		
34	S/. 540.00			34	S/. 540.00	1	S/. 200.00
35	S/. 120.00			35	S/. 120.00		
36	S/. 400.00	1	S/. 200.00	36	S/. 400.00		
37	S/. 340.00			37	S/. 340.00		
38	S/. 580.00			38	S/. 580.00		
39	S/. 130.00			39	S/. 130.00		
40	S/. 50.00			40	S/. 600.00		
41	S/. 590.00			41	S/. 590.00		
42	S/. 800.00			42	S/. 800.00		
43	S/. 200.00			43	S/. 200.00		
44	S/. 500.00			44	S/. 500.00		
45	S/. 500.00			45	S/. 500.00		
46	S/. 760.00			46	S/. 760.00		
47	S/. 500.00			47	S/. 500.00		
48	S/. 140.00			48	S/. 140.00		
49	S/. 200.00			49	S/. 200.00		
50	S/. 500.00			50	S/. 500.00		
51	S/. 190.00			51	S/. 287.00		
52	S/. 300.00			52	S/. 345.00		

532	S/.	400.00			532	S/.	450.00		
54	S/.	900.00			54	S/.	280.00		
55	S/.	150.00			55	S/.	440.00		
56	S/.	370.00			56	S/.	430.00		
57	S/.	220.00	1	S/.	57	S/.	900.00		
58	S/.	490.00			58	S/.	100.00		
59	S/.	200.00			59	S/.	700.00		
60	S/.	760.00			60	S/.	290.00		
TOTAL	S/.	20,417.00	3	S/.	61	S/.	200.00		
					62	S/.	100.00		
					63	S/.	180.00		
					64	S/.	100.00		
					65	S/.	50.00		
					TOTAL	S/.	23,909.00	1	S/.
									200.00

En la Tabla N° 29 se observa la ganancia que se generó por los 60 y 65 servicios, también podemos notar que disminuyeron las devoluciones después de la aplicación de la mejora esto también nos genera un beneficio económico ya que no se tiene que gastar en volver a realizar dichos productos con deficiencias de producción o calidad baja.

Tabla 29: Disminución de devoluciones después de la implementación

CANT. DE SERVICIOS	GANANCIA	CANT. DE VOL	GASTO	CANT. DE SERVICIOS DESPUES	GANANCIA	CANT. DE DEVO.	GASTOS.	AUMENTO DE SERVICIOS	AUMENTO DE SERV(S/.)	DISMINUCIÓN DE DEVOLUCIONES	DISMINUCIÓN DE DEVOLUCIONES(S/.)
60	S/.	3	S/.	65	S/.	1	S/.	5	S/.	2	S/.
	20,417.00		315.00		23,909.00		200.00		3,492.00		115.00

Se realizó también una lista con los gastos que nos ha generado la implementación de esta herramienta que se ve reflejada en la siguiente tabla:

Tabla 30: Gastos generados por la implementación

CONCEPTO	CANT	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
RECURSOS HUMANO			
HORAS DE TRABAJO	100	S/.	620.00
HORA DE TRABJO EN REUN	40	S/.	284.00
HORAS A PROVEEDORES	24	S/.	288.00
RECURSO MATERIAL			
IMPRESIONES	750	S/.	150.00
MATERIAL			S/.
ANILLADOS	10	S/.	4.00
FOTOCOPIAS	15	S/.	1.50
USB	1	S/.	45.00
CD'S	2	S/.	6.00
SERVICIOS			
LUZ	315	S/.	138.60
INTERNET	485	S/.	67.90
LINEA MOVIL	1	S/.	50.00
VIATICOS			
PASAJES UNIVERSITARIOS			S/.
PASAJESHACIA PROVEEDORES			S/.
ALIMENTACION			S/.
		TOTAL	S/.
			2,075.00

Los datos que se muestran en la Tabla N° 31 hacen referencia a una proyección de 12 meses, en el cual se visualiza el incremento de ventas y costos, dados por el aumento de los servicios, así también se observan egresos mensuales de S/ 485.44, en el cual se proyecta, el costo de las capacitaciones y sostenimiento de la herramienta a darse en el lapso de un año, para mantener la mejora aplicada.

Tabla 31: Proyección de 12 meses

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INCREMENTO DE INGRESOS		S/. 3,492 .00	S/. 3,492 .00	S/. 3,492.00	S/. 3,492.0 0	S/. 3,492.0 0	S/. 3,49 2.00	S/. 3,492.0 0	S/. 3,492. 00	S/. 3,492. 00	S/. 3,492. 00	S/. 3,492. 00	S/. 3,49 2.00
INCREMENTO DEL COSTO VARIABLE		S/. 2,075 .00	S/. 2,075 .00	S/. 2,075.00	S/. 2,075.0 0	S/. 2,075.0 0	S/. 2,07 5.00	S/. 2,075.0 0	S/. 2,075. 00	S/. 2,075. 00	S/. 2,075. 00	S/. 2,075. 00	S/. 2,07 5.00
INCREMENTO EN EL MARGEN DE CONTRIBUCION		S/. 1,417 .00	S/. 1,417 .00	S/. 1,417.00	S/. 1,417.0 0	S/. 1,417.0 0	S/. 1,41 7.00	S/. 1,417.0 0	S/. 1,417. 00	S/. 1,417. 00	S/. 1,417. 00	S/. 1,417. 00	S/. 1,41 7.00
DISMINUCION DE DEVOLUCION		S/. 115.0 0	S/. 115.0 0	S/. 115.00	S/. 115.00	S/. 115.00	S/. 115. 00	S/. 115.00	S/. 115.0 0	S/. 115.00	S/. 115.0 0	S/. 115.00	S/. 115. 00
INVERSION	S/. - 2,000 .00	S/. 1,532 .00	S/. 1,532 .00	S/. 1,532.00	S/. 1,532.0 0	S/. 1,532.0 0	S/. 1,53 2.00	S/. 1,532.0 0	S/. 1,532. 00	S/. 1,532. 00	S/. 1,532. 00	S/. 1,532. 00	S/. 1,53 2.00
FLUJO NETO													

VAN	S/. 6,484.74
TIR	77%

Es así que, haciendo uso de una tasa interés mensual del 1%, obtenemos un Valor Actual Neto (VAN) estimado a un año de S/ S/. 6,484.74, probando así que la implementación de sistema de gestión de compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Kreat S.A.C san Martin de Porres, por lo contrario, se demuestra la viabilidad económica del proyecto. Asimismo, se procedió a realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) el cual es de 77%, comprobándose así que la inversión es recuperada y adicionalmente se obtienen beneficios, haciendo este proyecto rentable.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis Descriptivo

En la presente investigación se realiza el análisis descriptivo a los resultados obtenidos antes y después de la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras para mejorar la Calidad de Servicio en la empresa KREAT SAC, San Martin de Porres.

3.1.1 Variable Independiente: Gestión de Compras

Dimensión: Gestión de Compras

Indicador: Entrega de Pedidos a Tiempo

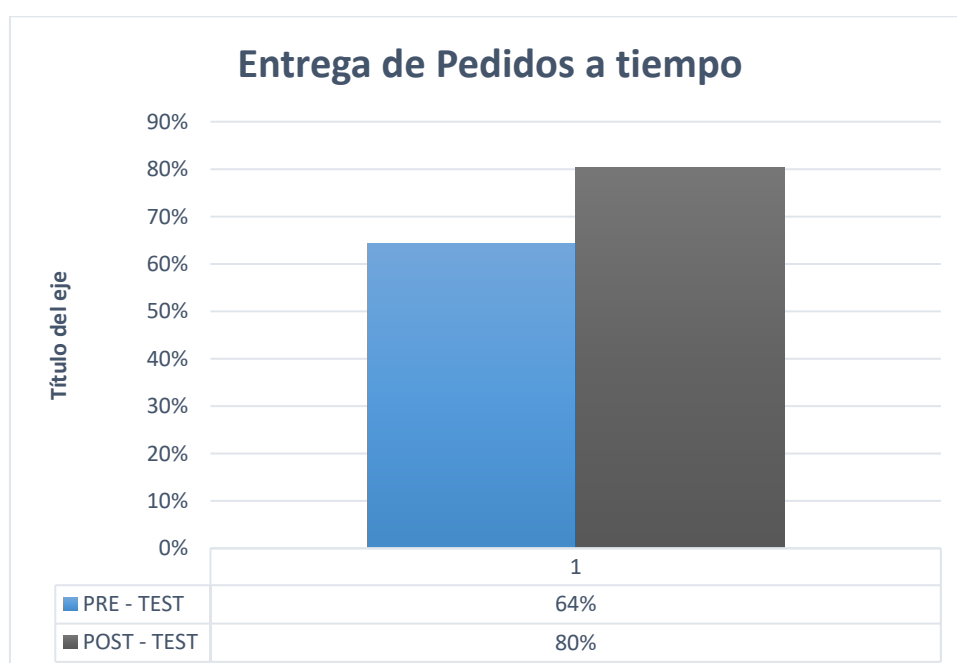
A continuación se muestra el indicador de Entrega de Pedidos a Tiempo del Pres – Post test.

Tabla 32: Indicadores de entrega de pedidos a tiempo

Entrega de pedidos a tiempo antes	$EPT = \frac{PET}{PT} \times 100$	64%
Entrega de Pedidos Después	$EPT = \frac{PET}{PT} \times 100$	80%

En la Tabla N° 28 se observa que el indicador de Entrega de pedidos a tiempo después de la implementación de la mejora realizada, haciéndose notar en el post test, mientras que antes el indicador de entrega de pedidos a tiempo tenía un 64% ahora tiene un 80%.

Figura 55: Antes y Después de la Entrega de pedidos a tiempo



En la Figura N° 55 se visualiza que la entrega de pedidos a tiempos después de la implementación ha mejorado en un 25 %.

Indicador: Cantidad de Pedidos Generados

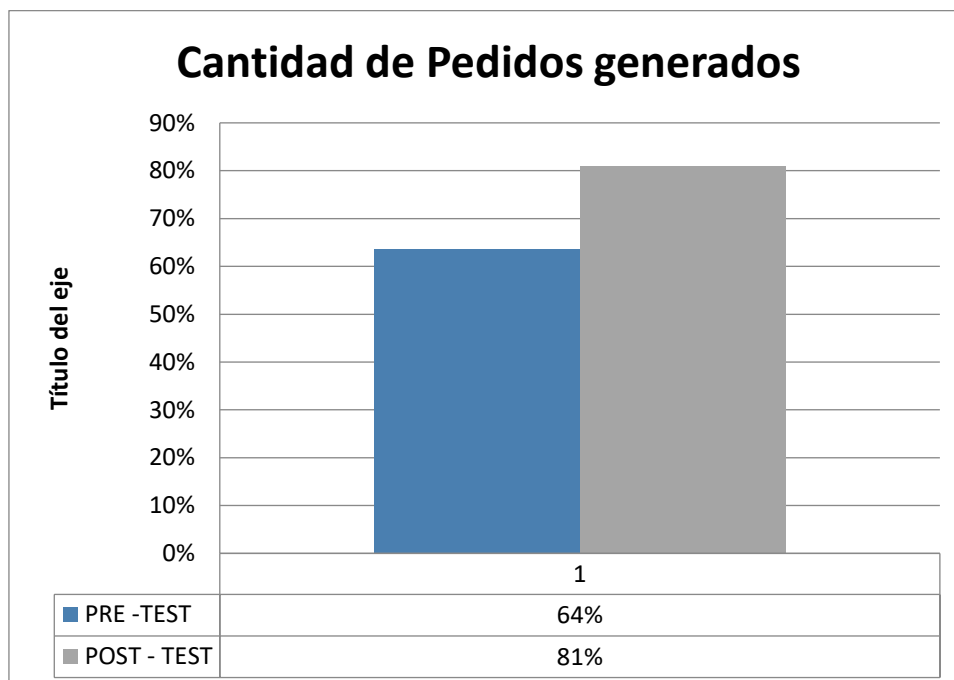
A continuación se muestra el indicador Cantidad de Pedidos generados del Pre – Post test

Tabla 33: Indicador Cantidad de Pedidos Generados

Entrega de pedidos a tiempo antes	$CPG = \frac{PGSP}{TPG} \times 100$	64%
Entrega de Pedidos tiempo Después	$CPG = \frac{PGSP}{TPG} \times 100$	81 %

En la Tabla N° 33 se observa que el indicador de Cantidad de pedidos generados después de la implementación de la mejora realizada, evidenciándose en el post test, ya que antes el indicador de cantidad de pedidos generados tenía un 64% ahora tiene un 81%.

Figura 56: Antes y Después de implementación de la Gestión de Compras



En la Figura N° 56 se visualiza que la cantidad de pedidos a Generados después de la aplicación de la mejora ha mejorado en un 26 %.

3.1.2 Variable Dependiente: Calidad de Servicio

Dimensión: CALIDAD DE SERVICIO

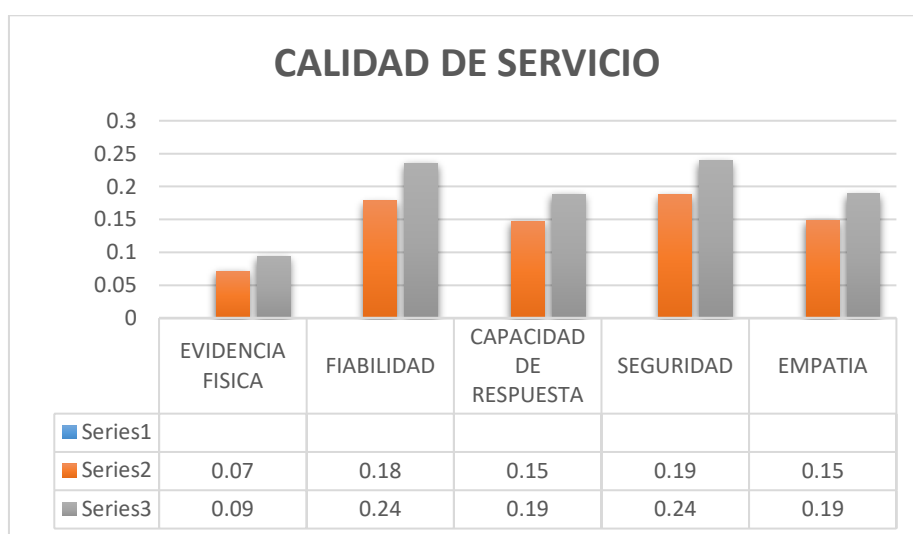
Indicador: índice de evidencia física, índice de fiabilidad, índice de capacidad de respuesta, índice de seguridad, índice de empatía.

Tabla 34: Indicadores de la Calidad de Servicio

	RESULTADOS DE CALIDAD DE SERVICIO									
	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTANDAR	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTANDAR	BRECHA	POND.	PROM PRE. * POND.	FORMULA'PRE	PROM POST. * POND.	FORMULA POST
EVIDENCIA FISICA	3.559999999	0.03042903	4.695384616	0.05807565	1.135385	0.1	0.4	0.07	0.5	0.09
FIABILIDAD	3.566666667	0.10929064	4.713846152	0.0657231	1.147179	0.25	0.9	0.18	1.2	0.24
CAPACIDAD DE RESPUESTA	3.675	0.10228863	4.711538468	0.02627422	1.036538	0.2	0.7	0.15	0.9	0.19
SEGURIDAD	3.756666666	0.06161409	4.792307693	0.01538461	1.035641	0.25	0.9	0.19	1.2	0.24
EMPATIA	3.725	0.16130257	4.723076923	0.08611721	0.998077	0.2	0.7	0.15	0.9	0.19

En la Tabla N° 34 se observa que el indicador los índices de evidencia física, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía se han incrementado después de la implementación de la mejora

Figura 57: Antes y Después de la mejora de la Calidad de Servicio



En la tabla N° 57 podemos observar que las variaciones que han tenido los indicadores antes y después de la implementación.

Tabla 35: Tabla de las mejora por cada indicador

Indicadores	Antes	Después	Mejora
Elementos tangibles	0.07	0.09	28%
Fiabilidad	0.18	0.24	33%
Capacidad de respuesta	0.15	0.19	27%
Seguridad	0.19	0.24	26%
Empatía	0.15	0.19	27%

En la tabla N° 35 podemos observar que el Índice de Evidencia Física ha mejorado en un 28% así también el índice de Fiabilidad ha mejorado en un 33%, mientras tanto que el índice de capacidad de respuesta mejoro en un 27%, el índice de seguridad por su parte ha mejoro un 26% y finalmente el índice de empatía mejoro en un 27%.

Tabla 36: Tabla de la mejora de la calidad de servicio en general

CALIDAD DE SERVICIO ANTES	CALIDAD DE SERVICIO DESPUÉS
74%	95%

Podemos notar que la calidad de servicio ha mejorado en un 28% después de la implementación.

3.2 Análisis Inferencial

3.2.1 Análisis de Hipótesis General

Con el fin de contrastar la hipótesis general, se determina si los datos obtenidos de la variable Calidad de Servicio antes y después tienen un comportamiento paramétrico o no paramétrico, para ello y dado que es una muestra 60 servicios, se procederá a realizar el análisis de normalidad mediante el estadígrafo Kolmogorov – Smirnov

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, la distribución no es normal (No paramétrico)

Si $p\text{valor} > 0.05$, la distribución es normal (Paramétrico).

Tabla 37: Prueba de normalidad de calidad de servicio de Kolmogorov - Smirnov

		CALIDAD DE SERVICIO ANTES	CALIDAD DE SERVICIO DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,36680	,47191
	Desviación estándar	,44371	,19884
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,058	,170
	Positivo	,058	,137
	Negativo	-,046	-,170
Estadístico de prueba		,058	,170
Sig. Asíntota (bilateral)		,200 ^{c,d}	.000 ^c

En la Tabla N° 35 se muestra la significancia de la Calidad de Servicio antes con un 0,200 paramétrico y después con 0,000 no paramétrico, para contrastar la hipótesis general se utilizará la prueba Wilcoxon.

Contrastación de hipótesis

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Calidad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Ho: $\mu_{Pa} \geq \mu_{Pd}$

Ha: $\mu_{Pa} < \mu_{Pd}$

Tabla 38: Comparación de medias de la Calidad de Servicio antes y después con la prueba

	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
CALIDAD DE SERVICIO ANTES	60	,36680	,44371	2,71	4,71
CALIDAD DE SERVICIO DESPUÉS	65	,47392	,19360	4,43	5,00

En la Tabla N° 36 se puede visualizar que la media antes (0,336680) es menor que la media después (0,47392), por lo consiguiente, según la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador.

Análisis mediante pvalor para la Calidad de Servicio antes y después mediante Wilcoxon

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula

Tabla 39: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Calidad de Servicio

	CALIDAD DE SERVICIO DESPUÉS - CALIDAD DE SERVICIO ANTES
Z	-6,711 ^b
Sig. Asíntota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 37 se puede observar que el valor de la significancia es de 0.000 siendo esta menor que 0.05, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

3.2.2 Análisis de Hipótesis Específica

Hipótesis Específica 1:

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Evidencia Física en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Evidencia Física en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, la distribución no es normal (No paramétrico)

Si $p\text{valor} > 0.05$, la distribución es normal (Paramétrico)

Tabla 40: Prueba de normalidad de Evidencia Física de Kolmogorov - Smirnov

		EVIDENCIA FÍSICA ANTES	EVIDENCIA FÍSICA DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,35667	,55830
	Desviación estándar	,5991	,37680
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,156	,198
	Positivo	,113	,179
	Negativo	-.156	-.188
Estadístico de prueba		,156	,188
Sig. Asintota (bilateral)		,001 ^c	,000 ^c

Tabla 41: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable de Evidencia Física

	EVIDENCIA FÍSICA DESPUÉS – EVIDENCIA FÍSICA ANTES
Z	-6,333 ^b
Sig. Asintota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 39 se observa que el valor de significancia es de 0.000 siendo este menor a 0.005 por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis Específica 2:

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, la distribución no es normal (No paramétrico)

Si $p\text{valor} > 0.05$, la distribución es normal (Paramétrico)

Tabla 42: Prueba de normalidad de Fiabilidad de Kolmogorov - Smirnov

		FIABILIDAD ANTES	FIABILIDAD DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,36133	.55630
	Desviación estándar	,62041	.32899
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,135	,238
	Positivo	,117	,236
	Negativo	-,135	-,238
Estadístico de prueba		,135	,238
Sig. Asíntota (bilateral)		,008 ^c	,000 ^c

Tabla 43: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable calidad de servicio

	FIABILIDAD DESPUÉS – FIABILIDAD ANTES
Z	-6,600 ^b
Sig. Asíntota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 41 se observa que el valor de significancia es de 0.000 siendo este menor a 0.005 por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 3:

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Capacidad de Respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Capacidad de Respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p_{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula

Tabla 44: Prueba de normalidad de Capacidad de Respuesta de Kolmogorov - Smirnov

		CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTES	CAPACIDAD DE RESPUESTAS DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,36750	,47115
	Desviación estándar	,48560	,27681
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,176	,251
	Positivo	,172	,208
	Negativo	,176	-,251
Estadístico de prueba		,176	,251
Sig. Asíntota (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

Tabla 45: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Capacidad de Respuesta

	CAPACIDAD DE RESPUESTA DESPUÉS – CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTES
Z	-6,460 ^b
Sig. Asíntota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 43 se observa que el valor de significancia es de 0.000 siendo este menor a 0.005 por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 4:

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula

Tabla 46: Prueba de normalidad de Seguridad de Kolmogorov - Smirnov

		SEGURIDAD ANTES	SEGURIDAD DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,37750	,47923
	Desviación estándar	,53421	,22347
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,120	,285
	Positivo	,120	,176
	Negativo	-,115	-,285
Estadístico de prueba		,120	,285
Sig. Asíntota (bilateral)		,031 ^c	,000 ^c

Tabla 47: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Seguridad

	SEGURIDAD DESPUÉS – SEGURIDAD ANTES
Z	-6,507 ^b
Sig. Asíntota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 45 se observa que el valor de significancia es de 0.000 siendo este menor a 0.005 por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 5:

Ho: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras no mejora la Empatía en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Ha: La implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Empatía en la Empresa Kreat S.A.C. – San Martin de Porres.

Regla de decisión:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p_{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula

Tabla 48: Prueba de normalidad de Empatía de Kolmogorov - Smirnov

		EMPATÍA ANTES	EMPATÍA DESPUÉS
N		60	65
Parámetros normales	Media	,37250	,47231
	Desviación estándar	,61358	,24256
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,166	,212
	Positivo	,117	,190
	Negativo	-,166	-,212
Estadístico de prueba		,166	,212
Sig. Asíntota (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

Tabla 49: Estadísticos de prueba Wilcoxon para la variable Empatía

	EMPATÍA DESPUÉS – EMPATÍA ANTES
Z	-6,487 ^b
Sig. Asíntota (bilateral)	,000

En la Tabla N° 47 se observa que el valor de significancia es de 0.000 siendo este menor a 0.005 por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula.

IV. DISCUSIÓN

Después de verificar los resultados, se puede observar que las hipótesis, general y específicas, obtuvieron un buen resultado, gracias a la aplicación del Gestión de compras. Este método es muy importante para todas las industrias que necesitan buscar resultados de calidad de servicio, evidencia física, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en función a la disposición que posee la empresa, queda demostrado que una correcta aplicación y mejoramiento continuo, lleva a resultados expectantes.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados obtenidos referente al primero objetivo específico, es posible observar una mejora en el índice de evidencia física, evidenciándose así que la implementación de un Sistema de Gestión de compras mejora la evidencia física, ya que se observa en este un aumento de 28% entre el pre test (7%) y post test (9%), coincidiendo así con la investigación de Espino (2016) “Implementación de mejora en la gestión de compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos” en cuanto al objetivo de mejorar las entregas de los productos se resolvió que la capacidad de respuesta obtiene una mejora de 41 entregas a 48, incrementándose así en un 25.69% la capacidad de respuesta.

Una vez analizado el segundo objetivo específico se comprobó que, con la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras se mejora el índice de fiabilidad, ya que se logra una mejora de 33%, debido a que previo a la implementación de la herramienta se tenía un índice de fiabilidad de 18% y posteriormente se obtiene un 24%. Coincidiendo así con la investigación de Melgar (2019) “La Gestión de Compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017”, en la cual nos dice que mediante la gestión de compras se logra incrementar la fiabilidad, ya que hay una mejora en porcentaje de la calidad de servicio, el cual antes era de 70.2% y después de la mejora es de 83.9%.

Realizado el análisis del tercer objetivo específico, es posible notar que existe una mejora del 27% en el índice de capacidad de respuesta, pasando de un 15% a un 19% concordando así con la investigación de Villanueva (2017) “Aplicación de la Gestión de compras para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa Flexográfica Etiflex Perú

S.A.C.” en la cual mediante el estudio se observa que se realizan más entregas a tiempo, pasando así de 52.31% a un 77.99%, demostrándose así un incremento de 25.68% y confirmando que la gestión de compras mejora la capacidad de respuesta en la empresa

De lo hallado en el análisis del resultado del cuarto objetivo específico se observa una mejora en el índice de seguridad ya que este pasa de un 19% a un 24% incrementando así en un 26% del pretest al post test, asimismo en el análisis del quinto objetivo específico se obtiene una mejora en el índice de empatía en un 27% pasando de 15% a 19% demostrándose así que hay una mejora en la calidad de servicio de la empresa Kreat S.A.C.

Finalmente, después de analizado el resultado del objetivo principal, quedó claramente comprobado que antes de implementado una Gestión de Compras, la calidad de servicio era de 74% y después de la implementación de la herramienta esta aumentó en un 28%, encontrándose actualmente en un 95%, demostrándose así que la Gestión de Compras mejora la calidad de servicio de la empresa Kreat S.A.C. coincidiendo así con la investigación de Melgar (2019) “La Gestión de Compras para mejorar la calidad de servicio en la empresa Segem S.A.C., Lima, 2017”, en la cual se demuestra que con la implementación de la Gestión de compras se logra incrementar la calidad de servicio, ya que sus cifras indican que previo a la implementación de la herramienta el porcentaje de la calidad de servicio era de 70.9% y post implementada esta llega hasta un 84.2%. Por lo cual se puede afirmar que mediante la implementación de una gestión de compras se mejora la calidad de servicio.

V. CONCLUSIONES

- Con la presente investigación ha quedado demostrado que la calidad de servicio aumentado durante el periodo de estudio (comparación de febrero 2018 – julio 2019 con febrero 2019 – julio 2019), lo cual refleja que antes tenía una media de ,36680 y con la aplicación de la investigación aumento a, 47119, quiere decir que con una correcta aplicación de un sistema de Gestión de compras se puede conseguir resultados que debe mantenerse con la implementación de auditorías internas y externas.
- Después de realizar el análisis de calidad de servicio se logró comprobar que la gestión de compras mejora la calidad en el servicio ya que en la cifras se indican que antes de aplicar la herramienta de gestión de compras la calidad de servicio era de 74% a un 95% después de su aplicación, por consiguiente hubo una mejora de 28%.
- De igual manera se comprobó después de realizar el análisis de cada podemos observar que el Índice de Evidencia Física ha mejorado en un 28% así también el índice de Fiabilidad ha mejorado en un 33%, mientras tanto que el índice de capacidad de respuesta mejoro en un 26%, el índice de seguridad por su parte ha mejoro un 27% y finalmente el índice de empatía mejoro en un 26% .

VI. RECOMENDACIONES

- La correcta implementación del Gestión de compras conlleva una mejora continua para la empresa además incrementa cada índice de calidad de servicio, a su vez debe ser revisado y monitoreado constantemente para asegurar su cumplimiento y funcionamiento.
- Además, se deben analizar cada operación que se realice en la gestión de compra mediante el diagrama de flujos, ya que esto nos permitirá tomar medidas correctivas, en caso se requieran.
- Las capacitaciones deben realizarse cada dos meses para asegurar el entrenamiento del encargado en ventas, así mismo deben supervisarse el trabajo que este ejecute por el jefe de ventas.
- Se recomienda también continuar con el seguimiento de la información posterior a la implementación y finalización del proyecto ya que la mejora en la calidad de servicio podría ser más notable con la completa adopción del nuevo método de trabajo.

REFERENCIAS

Tesis

ARRUÉ, Jorge. Análisis de la Calidad del Servicio de Atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario periodo Junio a Setiembre de 2014. Tesis (para obtener el Grado Académico de Magíster en Gestión Pública). Loreto: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, 2014. 109 pp.

BAUTISTA, Franklin. La Gestión de Compras y su relación con el Crecimiento de las Mypes del Distrito San Juan de Miraflores. Tesis (para obtener el Título Profesional de: Licenciado en Administración). Lima: Universidad César Vallejo, 2017. 62 pp.

COBA, Gilmer. Gestión de Inventarios y su relación eficiente con la Gestión de Compras en la comercializadora Jhampier SAC. Tesis (para obtener el Título Profesional de Administración de Empresas). Lima: Universidad César Vallejo, 2017. 47 pp.

CORONEL, Verónica. Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al servicio en el Restaurante “Los Pollos de la Colon”. Tesis de Grado (para obtener el Título de: Licenciada en Gestión Gastronómica). Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2011. 104 pp.

ESPINO, Edward. Implementación de una mejora en la gestión de compras, para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos. Tesis (para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial). Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, 2016. 120 pp.

GUZMAN, Paulina. La calidad de Servicio y su influencia en la fidelización de los servicios del Hotel Titanic de la ciudad de Ambato. Trabajo de Investigación (para optar el Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios). Ecuador: Universidad Técnica de Ambato, 2013. 191 pp.

LECAROS, Jean. Control Interno y su incidencia en la Gestión de Compras de la empresa Urano Tours S.A. Tesis (para obtener el Título Profesional de Contador Público). Lima: Universidad César Vallejo, 2017. 114 pp.

MARTINEZ, Stefany. Propuesta de un modelo de estandarización en los procesos de producción en un conjunto de Mypes de Villa El Salvador para la fabricación de puertas contra placadas de madera. Tesis (para obtener el Título de Ingeniero Industrial). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2013. 180 pp.

Disponible en: https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj89PXu5rUAhXGKyYKHcHGD0oQFggmMAA&url=http%2F%2F repositorio academico.upc.edu.pe%2Fupc%2Fbitstream%2F10757%2F305636%2F2%2Fmartinez_fsrestdelfos.pdf&usg=AFQjCNH4E93mlS1r0uixuBDSLQhSk3jpg&sig2=TCguCz32Cvr-Y1BkY_Snvg

ORTIZ, José. Propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores. Tesis (para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial). Lima: Universidad de Ciencias Aplicadas, 2014. 245 pp.

REYES, Sonia. Calidad del Servicio para aumentar la satisfacción del servicio de la asociación Share, sede Huehuetenango. Tesis (Licenciada en Administración). Guatemala: Universidad Rafael Landívar, 2014. 165 pp.

YAURI, Carlos. Calidad de Servicio y Satisfacción del Servicio en el área de ventas de la empresa Nestlé. (Tesis para obtener el grado de licenciado en Administración de empresas). Lima: Universidad César Vallejo, 2014. 156 pp.

Libros

BUREAU, Veritas. Logística integral. 2.^a ed. Madrid: FC Editorial, 2009. 812 pp. ISBN: 978-84-96743-65-6

CARREÑO, Adolfo. Logística de la A hasta la Z. 1.^a ed. Perú: Fondo Editorial PUCP, 2011. 421 pp.
ISBN: 978-9972-42-986-6

CARRO, Roberto y GONZÁLEZ, Daniel. Administración de la calidad total. Universidad Nacional de Mar de Plata: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 2012. 63 pp.
Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

CASTÁN, José, LÓPEZ, José y NÚÑEZ, Ana. La logística en la empresa. 1.^a ed. Madrid: Ediciones Pirámide, 2012. 255pp.

ISBN: 978-84-368-2647-0

DUTKA, Alan y MAZIA, Ana. Manual de American Marketing Association (AMA) para la satisfacción del servicio. 1.^a ed. Argentina: Granica S.A, 1998. 279pp.

ISBN: 9789506412609

GUTIÉRREZ, Humberto. Calidad y Productividad. 4.^aed. México: Mc Graw Hill Educación, 2014. 400pp.

ISBN: 978-607-15-1148-5

HEREDIA, Nohora. Gerencia de Compras. 2.^a ed. Colombia: Andrea Sierra, 2013. 394 pp.

ISBN: 9789586488426.

HELOUANI, Rubén. Manual de los costos de calidad. 1.^a ed. Argentina: Editorial Macchi, 1993. 195pp.

ISBN: 9789505374731.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gari. Fundamentos de marketing. 6.^a ed. México: Editorial Prentice hall, 2003. 680pp.

ISBN: 9789702604006

LARREA, Pedro. Calidad de servicio del marketing a la estrategia. 3.^a ed. España: Ediciones Díaz de Santos S.A, 1991. 267pp.

ISBN: 84-7978-001-0.

LEENDERS, Johnson. Administración de compras y aprovisionamiento. 14.^a ed. México: Mc Grw Hill, 2012. 477 pp.

ISBN: 978-607-15-0758-7

LÓPEZ, Rodrigo. Logística de aprovisionamiento. 1.^a ed. Madrid: Copyright, 2014. 208 pp.

ISBN: 978-84-9732-981-1.

LÓPEZ, Elsa y JUÁREZ, Francisco. Apuntes de estadística descriptiva. 1.^a ed. México, D. F.: Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente, 2004. 43 pp.

MORA, Luis. Indicadores de la Gestión logística: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. 2.^a ed. Colombia: Ecoe Ediciones, 2008. 140pp.

ISBN: 978-958-648-572-2.

Morales, Verónica y Hernández, Antonio. Calidad y Satisfacción en los servicios: Conceptualización [en línea]. 1.^a ed. España: Efedepotes Revista Digital, 2004. pp. [fecha de consulta: 23 de Setiembre del 2018].

Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>

NIEVES, Carmen y ROS, Lorenzo. Comparación entre los Modelos de Gestión de Calidad Total: EFQM, Gerencial de Deming , Iberoamericano para la Excelencia y Malcom Balbrige. Situación frente a la ISO 9000. Valencia: X Congreso de Ingeniería de Organización, 2006. 10 pp.

Disponible en: https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2332/mod_resource/content/1/Modulo_4/Semana_4_M4.S4_LB_6.Comparacion_EFQM.ISO.MB._OPS.pdf

PARASURAMAN, Ananthanarayana; ZEITHAML, Valerie y BERRY, Leonard. Delivering Quality Service. 1.^a ed. Estados Unidos: The free press, 1990.

Pizzo, Mariana. Construyendo una definición de Calidad en el Servicio [en línea]. 1.a ed. España: Editorial Academica Española, 2013 [fecha de consulta: 20 de Setiembre del 2018].

Displonible en: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-unadefinicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

SANGRI, Alberto. Administración de compras, Adquisiciones y abastecimiento. 1.^a ed. México, E.U.A: Ebook, 2014. 2677pp.

ISBN:978-607-438-815-2

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta al Servicio

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
La empresa tiene equipos de aspectos modernos.					
Las instalaciones físicas de la empresa, son cómodas, atractivas.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C tienen apariencia pulcra.					
Los materiales asociados con el servicio de la empresa KREAT SAC son visualmente atractivos para usted.					
DIMENSIÓN FIABILIDAD	1	2	3	4	5
Cuando la empresa KREAT S.A.C promete entregarle sus productos en cierto tiempo, lo debe cumplir.					
Cuando usted tiene un problema, la empresa KREAT SAC muestra un sincero interés en resolverlo.					
La empresa KREAT SAC, se desempeña bien en el servicio por primera vez.					
La empresa KREAT SAC proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.					
La empresa KREAT SAC insiste en registros libres sin error.					
DIMENSIÓN CAPACIDAD RESPUESTA	1	2	3	4	5
Cuando la empresa KREAT S.A.C mantiene informados a los servicios con respecto a cuando se ejecutarán los servicios.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C le ofrecen un servicio rápido.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C están dispuestos a ayudarlo.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C. están demasiados ocupados para ayudarlo.					
DIMENSIÓN SEGURIDAD	1	2	3	4	5
El comportamiento de los empleados, influye confianza en Usted.					
Usted se siente seguro en las transacciones con la empresa.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C son corteses de manera constante con usted.					
Los Empleados de la empresa KREAT S.A.C. tienen conocimiento para responder sus preguntas.					
DIMENSIÓN EMPATÍA	1	2	3	4	5
La empresa KREAT SAC da atención individualizada a los servicios.					
La empresa KREAT SAC tiene empleados que den atención personal a cada uno de sus servicios.					
La empresa KREAT SAC se preocupa de sus mejores intereses.					
Los Empleados de la empresa entienden sus necesidades específicas.					

Anexo 2: Matriz de Coherencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿De qué manera la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en el Área de Compras en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?	Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en el Área de Compras en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.	La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora la Calidad de Servicio en el Área de Compras en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS
<p>¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?</p> <p>¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?.</p> <p>¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?.</p> <p>¿En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?.</p> <p>En qué medida la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de empatía en la Empresa Kreat S.A.C. - Lima?.</p>	<p>Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de seguridad en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>Determinar cómo la Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el índice de empatía en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p>	<p>La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el indice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el indice de fiabilidad en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el indice de capacidad de respuesta en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el indice de seguridad de Servicio en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima.</p> <p>La Implementación de un Sistema de Gestión de Compras mejora el indice de evidencia física en la Empresa Kreat S.A.C. – Lima</p>



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable Independiente: Gestión de Compra

La Gestión de compra es el departamento exclusivo de la empresa con el deber de abastecer con los materiales requisitos para el desarrollo de las operaciones de la empresa, en la cantidad exacta, en el tiempo y espacio preciso, de la calidad adecuada y el precio más ventajoso enfocándose así en el proceso continuo de sus operaciones” (CAÑERO, 2011, p.95).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Entrega de Pedidos a Tiempo

Según SANGRI (2014), se utiliza para indicar el tiempo de entrega de pedidos respetando las condiciones de las políticas de la empresa en relación con los días u horas de recepción programados (p.203).

Dimensión 2: Cantidad de Pedidos Generados

Para MORA (2008), la cantidad de Pedidos Generados, es cantidad de pedidos originados en buen estado entre el total de pedidos solicitados en un tiempo determinado, se puede deducir que se mide la cantidad y porcentaje de la petición de compras originadas sin aplazamientos, o sin requerimiento de comunicación agregada (p.20).

Anexo 4: Definición conceptual de la Variable Dependiente - Formato de Validación



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable Dependiente: Calidad de Servicio

La Calidad de Servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido” (PIZZO, 2013, p.50).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Elementos Tangibles

ZEITHMAN Y BITNER (2002), definen a los elementos tangibles: a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad (p.126).

Dimensión 2: Fiabilidad

El Equipo Vértice (2010), define fiabilidad como la habilidad de realizar oportuna y eficazmente el servicio acordado para ello la empresa deberá contar con claros procesos detallados y definidos (p.190).

Dimensión 3: Capacidad de Respuesta

La organización debe mostrar una clara disposición a atender y dar un servicio rápido, con su personal deseoso de agradar. Si la organización comete un error debe reaccionar de forma diligente y rápida, ya que de este modo el cliente apreciara en gran medida su reacción y muchas veces considerara el servicio como de mayor calidad ((MIRAMDA, CHAMORRO Y RUBIO, 2012, P. 243)

Dimensión 4: Seguridad

GONZÁLEZ (2015), precisa que: La seguridad es el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente (p.45).

Dimensión 5: Empatía

(ZEITHMAN Y BITNER, 2002, p.135), la Empatía es una habilidad propia del ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura.

Anexo 5: Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente - Formato de Validación



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Gestión de Compras

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Entrega de Pedidos a Tiempo	Entrega de Pedidos a Tiempo	$= \frac{\text{Pedidos a tiempo}}{\text{total de Pedidos}} \times 100 \%$	Razón
Cantidad de Pedidos Generados	Cantidad de Pedidos Generados	$= \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{total de pedidos generados}} \times 100 \%$	Razón

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6: Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente - Formato de Validación



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Elementos Tangibles	Índice de Elementos Tangibles	$= \frac{\sum \text{Puntuación de los Ítems}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	Razón
Fiabilidad	Índice de Fiabilidad	$= \frac{\sum \text{Puntuación de los Ítems}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	Razón
Capacidad de Respuesta	Índice de Capacidad de Respuesta	$= \frac{\sum \text{Puntuación de los Ítems}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	Razón
Seguridad	Índice de Seguridad	$= \frac{\sum \text{Puntuación de los Ítems}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	Razón
Empatía	Índice de Empatía	$= \frac{\sum \text{Puntuación de los Ítems}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	Razón

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7: Ficha de Validación – Dr. Bravo Rojas Leonidas



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): *Bravo Rojas Leonidas*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPRAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA KREAT S.A.C. – SAN MARTIN DE PORRES y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

Figueroa Manrique Anais del Milagro
D.N.I.: 73121814

Zuñiga Quiroz, Shessira Yinelzie
D.N.I.: 75714065

Anexo 8: Validez de Instrumentos de la Variable Independiente – Dr. Bravo Rojas Leonidas



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DE COMPRAS

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE							
	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO							
	$ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO = \frac{\text{Pedidos a tiempo}}{\text{total de Pedidos}} \times 100\%$	/		/		/		
	CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS							
	$CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS = \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{total de pedidos generados}} \times 100\%$	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: BRUNO ROJAS LEONIDAS DNI: 08634386

Especialidad del validador: ING INDUSTRIAL, MBA, DR

12 de 11 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Anexo 9: Validez de Instrumentos de la Variable Dependiente – Dr. Bravo Rojas Leonidas



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO

Nº	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE DEPENDIENTE							
	ELEMENTOS TANGIBLES							
	$\text{ÍNDICE DE ELEMENTOS TANGIBLES} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	/		/		/		
	FIABILIDAD							
	$\text{ÍNDICE DE FIABILIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	/		/		/		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA							
	$\text{ÍNDICE DE CAPACIDAD DE RESPUESTA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	/		/		/		
	SEGURIDAD							
	$\text{ÍNDICE DE SEGURIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	/		/		/		
	EMPATÍA							
	$\text{ÍNDICE DE EMPATÍA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI NO

Opinión de aplicabilidad: - Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: BRAVO ROJAS, Leonidas DNI: 08681546

Especialidad del validador: 14 INGENIERIA DE SISTEMAS

12 de 11 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]
Firma del Experto Informante.

Anexo 10: Ficha de Validación – Dr. Diaz Dumont Jorge Rafael



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): *Dr. Jorge Rafael Diaz Dumont*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPRAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA KREAT S.A.C. – SAN MARTIN DE PORRES y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

Figuroa Manrique Anaís del Milagro
D.N.I.: 73121814

Zuñiga Quiroz, Shessira Yinelzie
D.N.I.: 75714065

Anexo 11: Validez de Instrumentos de la Variable Independiente – Dr. Diaz Dumont Jorge Rafael



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DE COMPRAS

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE							
	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO							
	$ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO = \frac{\text{Pedidos a tiempo}}{\text{total de Pedidos}} * 100\%$	✓		✓		✓		
	CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS							
	$CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS = \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{total de pedidos generados}} * 100\%$	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. JORGE RAFAEL DIAZ DUMONT DNI: 09699815

Especialidad del validador: ING. INDUSTRIAL

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 11 del 2018


Firma del Experto Informante.

Dr. Jorge Rafael Diaz Dumont (PhD)
INVESTIGADOR CIENCIA Y TECNOLOGIA
SINACYT - REGISTRO REGINA 15697

Anexo 12: Validez de Instrumentos de la Variable Dependiente – Dr. Diaz Dumont Jorge Rafael



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE DEPENDIENTE							
	ELEMENTOS TANGIBLES							
	$\text{ÍNDICE DE ELEMENTOS TANGIBLES} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	✓		✓		✓		
	FIABILIDAD							
	$\text{ÍNDICE DE FIABILIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	✓		✓		✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA							
	$\text{ÍNDICE DE CAPACIDAD DE RESPUESTA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	✓		✓		✓		
	SEGURIDAD							
	$\text{ÍNDICE DE SEGURIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	✓		✓		✓		
	EMPATÍA							
	$\text{ÍNDICE DE EMPATÍA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} * 100$	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DR. JORGE RAFAEL DIAZ DUMONT DNI: 08698815

Especialidad del validador: ING. INDUSTRIAL

15 de 11 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont (PhD)
INVESTIGADOR CIENCIA Y TECNOLOGÍA
SINACYT - REGISTRO REGINA 15697

Firma del Experto Informante.

Anexo 13: Ficha de Validación – Mg. Soto Altamirano Alejandro



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): SOTO ALTAMIRANO ALEJANDRO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPRAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA KREAT S.A.C. – SAN MARTIN DE PORRES y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

Figueroa Manrique Anais del Milagro
D.N.I.: 73121814

Zuñiga Quiroz, Shessira Yinelzie
D.N.I.: 75714065

Anexo 14: Validez de Instrumentos de la Variable Independiente – Mg. Soto Altamirano Alejandro



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DE COMPRAS

Nº	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE							
	ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO							
	$ENTREGA DE PEDIDOS A TIEMPO = \frac{\text{Pedidos a tiempo}}{\text{total de Pedidos}} \cdot 100\%$	✓		✓		✓		
	CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS							
	$CANTIDAD DE PEDIDOS GENERADOS = \frac{\text{Pedidos generados sin problema}}{\text{total de pedidos generados}} \cdot 100\%$	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: SOTO ALTAMIRANO ALEJANDRO DNI: 09985379

Especialidad del validador: INGENIERO ELECTRONICO

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 11 del 2018

Firma del Experto Informante.

Anexo 15: Validez de Instrumentos de la Variable Dependiente – Mg. Soto Altamirano Alejandro



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	ELEMENTOS TANGIBLES							
	$\text{ÍNDICE DE ELEMENTOS TANGIBLES} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
	$\text{ÍNDICE DE FIABILIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
	$\text{ÍNDICE DE CAPACIDAD DE RESPUESTA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
	$\text{ÍNDICE DE SEGURIDAD} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	EMPATÍA	Si	No	Si	No	Si	No	
	$\text{ÍNDICE DE EMPATÍA} = \frac{\sum \text{Puntuación de los Items}}{\sum \text{Total de Dimensiones}} \times 100$	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: SOTO ALTAMIRANO ALEJANDRO DNI: 09985379

Especialidad del validador: INGENIERIA ELECTRONICA

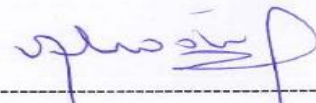
15 de 11 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.